

Tesis Mugiya Aljandi Malik MIK

by Mugiya Aljandi Malik MIK

Submission date: 30-May-2024 10:31AM (UTC+0700)

Submission ID: 2391335057

File name: 228080001_Mugiya_Aljandi_Malik_MIK_-_Mugiya_Aljandi.docx (112.8K)

Word count: 18881

Character count: 114810

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Modern merupakan bahasa latin yaitu *moderneus* yang secara harfiah berarti sesuatu yang baru saja, yang dapat diartikan pula sebagai sesuatu yang tidak kuno, yang menitikberatkan pada cara berpikir baru (*new ways to thinking*) yang memungkinkan orang-orang menciptakan dan membuat masyarakat modern dengan ciri perkembangan baru, kapasitas untuk mengerti bahasa alam dan menerapkannya bagi kesejahteraan manusia (Effendy, 2007). Modernisasi adalah proses perubahan menuju sistem sosial, ekonomi, dan politik yang telah maju di Eropa Barat dan Amerika Utara dari abad ketujuh belas hingga sembilan belas kemudian menyebar ke negara-negara Eropa lain dan dari abad kesembilan belas dan kedua puluh ke negara negara Amerika Selatan, Asia, dan Afrika (Eisenstadt dalam Kanto, 2006).

Giddens (dalam Ibrahim, 1996) mengatakan bahwa dalam tatanan modernitas, diri (*self*) menjadi suatu proyek refleksif, artinya perlu keterbukaan yang tak terbatas terhadap makna-makna gaya hidup dalam konteks apapun. Hal tersebut diperkuat dengan asumsi Chaney (1996) bahwa gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut modernitas. Artinya, siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Ugi (2013) juga menjelaskan bahwa gaya hidup adalah bagaimana pola kebiasaan dan gaya kelompok sosial tertentu dalam melakukan rutinitas praktik sosial sehari-hari di dalam ruang dan waktu. Sedangkan Piliang (2004) mengartikan gaya hidup (*lifestyle*) sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan

waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat).

Masyarakat Indonesia bisa dikatakan sudah menjadi masyarakat yang modern, namun belum semuanya atau sepenuhnya modern, namun perlahan modernisasi terus berkembang di Indonesia. Hal ini juga mempengaruhi ¹ gaya hidup masyarakat Indonesia, sebagaimana yang dikatakan oleh Channer (1996), ¹⁷ bahwa siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. ¹ Gaya hidup mendasari perilaku seseorang dalam bertindak dan menjalani kehidupan sehari-hari. Chaney (dalam Ibrahim, 1996, h. 13-14) mengemukakan bahwa perkembangan gaya hidup dan perubahan struktural modernitas saling terhubung melalui reflektivitas institusional karena keterbukaan (*openness*) kehidupan sosial masa kini, pluralisasi konteks tindakan dan aneka ragam "otoritas", pilihan gaya hidup semakin penting dalam penyusunan identitas diri dan aktivitas keseharian. Sama halnya dengan gaya hidup, kebudayaan menjadi landasan seluruh bangunan hidup manusia (Maran, 2000, h. 4). Keterbukaan kehidupan sosial, salah satunya seperti terpengaruh dan bercampur unsur kebudayaan dari luar, sehingga masyarakat membuat ¹⁵ norma, pandangan dan kebiasaan baru dalam berperilaku. Manusia cenderung ingin ¹⁵ mengejar kesempatan untuk bisa memuaskan kebutuhan, aktualisasi diri dan tampil sebagai pemenang dalam persaingan untuk memperoleh yang terbaik, tertinggi dan terbanyak. Hal ini diperkuat menurut pendapat Ting Toomey ¹ bahwa :

Budaya sebagai komponen dari usaha manusia untuk bertahan hidup (*survive*) dan berkembang dalam lingkungan pertukaran mereka, memiliki beberapa fungsi, yaitu *identity meaning function*, budaya memberikan kerangka referensi untuk menjawab

pertanyaan paling mendasar dari keberadaan manusia “siapa saya”. *Group inclusion function*, yaitu budaya menyajikan fungsi inklusi dalam kelompok yang bisa memuaskan kebutuhan seseorang terhadap afiliasi keanggotaan dan rasa ikut memiliki. *Intergroup boundary regulation function*, yaitu fungsi *in-group* dan *outgroup* berkaitan dengan orang yang secara kultural tidak sama. *The ecological adaptation function*, yaitu fungsi budaya dalam memfasilitasi proses-proses adaptasi diantara diri, komunitas kultural dan lingkungan yang lebih besar. *The cultural communication function*, yaitu koordinasi antara budaya dengan komunikasi, dan komunikasi yang mempengaruhi budaya. Ringkasnya, budaya diciptakan, dibentuk, ditransmisikan, dan dipelajari melalui komunikasi; sebaliknya, praktik-praktik komunikasi diciptakan, dibentuk, dan ditransmisikan melalui budaya (Rahardjo, 2005)

18

maka komunikasi akan membentuk sebuah budaya, yang melahirkan pola atau bentuk gaya hidup di masyarakat serta pola atau bentuk gaya hidup akan menjadi identitas tersendiri bagi suatu masyarakat tertentu.

Gaya hidup dapat menjadi dasar kegiatan atau aktivitas sehari-hari atau kegiatan yang dilakukan berulang ulang. Dalam penelitian ini peneliti, meneliti tentang aktivitas atau kegiatan “Nongkrong” di *Coffee Shop*, hal tersebut merupakan salah satu gaya hidup masyarakat di Indonesia. Kata “Nongkrong”, sering juga disebut “Ngopi”. Ungkapan “Ngopi” memiliki banyak arti yaitu “ngopi” bisa diartikan sebagai mencari dan meminum kopi. Lalu, “Ngopi” bisa diartikan sebagai “Nongkrong” atau berada di suatu tempat, bersama beberapa orang seperti teman, sambil *ngobrol* atau berdiskusi dan biasanya ditemani dengan meminum kopi. Selain itu, ada juga yang mengartikan “Ngopi” sebagai tempat mengerjakan tugas atau pekerjaan ditempat yang nyaman dan tentunya sambil memesan sebuah kopi. Namun, saat ini “Ngopi” bukan berarti wajib meminum kopi atau memesan kopi di kafe, akan tetapi “Ngopi” disini adalah datang ke kafe untuk sekedar “Nongkrong”, baik pergi sendiri atau berkelompok dan memesan sebuah makanan dan minuman selain kopi. Sedangkan, kegiatan nongkrong adalah kegiatan dimana sekelompok orang atau individu melakukan diam disuatu tempat yang sering dikunjungi atau bisa

disebut dengan menghabiskan waktu untuk berkumpul dengan orang-orang tertentu di suatu tempat, atau merupakan kegiatan berkumpul, berbincang, bercanda dan bersantai di suatu tempat yang dilakukan sendiri ataupun beramai-ramai.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah nongkrong berasal dari kata *tongkrong* /*tong.krong*/ me.nong.krong artinya berjongkok, duduk-duduk saja karena tidak bekerja, berada di suatu tempat. Menurut Mira (dalam Pramita dan Pinasti, 2016), nongkrong bermakna kongko-kongko bersama teman, biasanya seumuran, melibatkan pembicaraan dari yang remeh sampai serius, dan biasanya dilakukan di Seven Eleven, kedai kopi, atau kafe. Alasan nongkrong merupakan salah satu alasan orang-orang atau kelompok tertentu menjadikan kafe sebagai tempat berkomunikasi dan berinteraksi dalam berkumpul atau sekedar menghabiskan waktu

Tempat untuk dijadikan kegiatan “Nongkrong” adalah *Coffe Shop* atau Kafe. *Coffee Shop* (dalam arti kedai kopi) berasal dari bahasa perancis, yaitu kafe, yang artinya kopi. *Coffee shop* adalah suatu usaha di bidang minuman dan makanan yang dikelola secara komersial yang menawarkan para tamu berbagai variasi menu kopi juga makanan ringan dengan pelayanan dalam suasana tidak formal tanpa diikuti suatu aturan yang berlaku. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah “/ka.fe” yang berarti tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman seperti kopi, teh, bir, kue-kue, dan sebagainya (Herlyana, 2013).

Coffee Shop atau kafe merupakan produk yang dibawa oleh modernitas, hingga saat ini kafe dijadikan pilihan sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat. Menurut Kusasi (2010), pada awal munculnya, budaya kafe sebagai gaya hidup merupakan budaya elite

dimana hanya masyarakat dari golongan orang kaya yang menjadikan kegiatan ke kafe sebagai gaya hidup. Sedangkan orang-orang dari golongan bawah hanya menikmati waktu luangnya di warung-warung kopi yang memang dari segi harga jauh lebih terjangkau. Akan tetapi, kini budaya kafe menjadi budaya massa yang diadopsi oleh semua golongan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Budaya massa adalah budaya yang dinikmati oleh sebagian masyarakat (Kayam, 1997).

¹ *Coffee Shop* adalah sebuah tempat yang menyerupai restoran dengan skala penyajian makanan dan minuman yang lebih sederhana dan bersifat casual dengan alunan musik sebagai hiburan (Ugi, 2013). *Coffee Shop* dijadikan sebagai tempat untuk bersantai dan menghabiskan waktu luang bersama dengan teman atau rekan. “*The kafe is a hive of gossip, which has social grooming function*” (Dunbar, 1997 dalam Stafford, 2003). Dari seluruh penjelasan di atas, peneliti menyimpulkan pengertian kafe adalah suatu tempat yang tidak hanya menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman lain non alkohol, tetapi juga menyediakan suasana yang nyaman dan santai dilengkapi dengan fasilitas tertentu.

Elemen penting dari sebuah *Coffee Shop* sejak awal adalah fungsi sosialnya, yakni: menyediakan tempat agar orang dapat bertemu, ngobrol, menulis, membaca, baik sendiri maupun bersama teman-teman (Kusasi, 2010). Hal tersebut senada dengan apa yang diasumsikan oleh Ompusunggu dan Djawahir (2016), pada awalnya berkumpul di *Coffee Shop* hanyalah sebatas aktivitas untuk mengisi waktu luang dan beristirahat. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan di *Coffee Shop* biasa disebut dengan istilah nongkrong.

³ Kegiatan nongkrong sudah ada jauh sebelum merebaknya kafe dan kedai kopi kekinian yang ada pada masyarakat saat ini. Pada mulanya, nongkrong diartikan sebagai

kegiatan untuk mengisi waktu luang yang dilakukan pada tradisi masyarakat Indonesia yang biasanya dilakukan dengan sekedar minum kopi maupun teh dengan didampingi makanan kecil (cemilan) yang dilakukan bersama keluarga dan sanak saudara di rumah. Tradisi ini biasanya dilakukan pada pagi hari maupun malam hari sebagai pengisi waktu luang (Cahya, 2018). Hal ini berbeda dengan fenomena yang terjadi saat ini dimana nongkrong lebih banyak dilakukan di *Coffee Shop*, sehingga akan mempengaruhi pertumbuhan kafe yang berkembang dengan pesat.

Kopi dan aktivitas “Nongkrong” selalu identik dengan maskulinitas atau milik para laki-laki dewasa, ⁵ karena kita lebih sering melihat pria meminum kopi. Para laki-laki ⁸ ngopi di warung-warung dalam waktu relatif lama, bahkan bisa berjam-jam walau hanya minum kopi dalam secangkir kecil dengan cara menuang kopi yang panas di atas *lepek* atau tatakan piring ceper kecil, membiarkannya sesaat dan meminumnya perlahan-lahan. ⁹ Namun seiring perkembangan zaman meminum kopi tidak lagi didominasi lagi orang-orang dewasa pria, anak muda baik yang pria atau wanita juga gemar mengonsumsi minuman ini. Nongkrong selalu dikaitkan atau identik dengan laki-laki, karena ⁵ karena para pria seringkali memiliki peran sebagai pekerja yang membutuhkan produktivitas maksimal sehingga dibutuhkan istirahat nongkrong, sambil meminum kopi, karena ⁵ kopi dapat bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas tubuh dan otak, kopi juga sering kali kita gunakan untuk menahan kantuk. Hal ini akan berhasil jika terbantu dengan kondisi tubuh yang prima dan sugesti kepada diri sendiri. Namun jika tubuh dalam keadaan sangat lelah, ³ kopi tetap tidak bisa membantu untuk menahan kantuk, tidak jarang akan menimbulkan kejenuhan terhadap rutinitas keseharian mereka yang kemudian menjadikan hiburan sebagai salah satu kebutuhan mereka, dimana hiburan ini dapat dilakukan dengan

kegiatan nongkrong. Seiring berkembangnya kondisi masyarakat, kegiatan nongkrong mulai mengalami perkembangan makna, walaupun secara umum tetap diartikan sebagai kegiatan untuk mengisi waktu luang ataupun kegiatan untuk menghabiskan waktu, namun kemungkinan ada juga yang mengartikan kegiatan nongkrong dengan makna lain, misalnya eksistensi diri maupun hal yang lain. Pemaknaan mengenai kegiatan nongkrong ini berkaitan dengan pengalaman individu dalam memaknai suatu realitas akan memunculkan pemaknaan dari suatu hal tertentu, dimana pengalaman dari masing-masing individu berbeda satu sama lain (Nafik, 2017). Hal ini mendorong adanya pemaknaan yang berbeda pada kegiatan nongkrong setiap individu, khususnya perempuan.

Tempat nongkrong atau “Ngopi” pun saat ini sudah berkembang, seperti yang dinamakan *coffee shop* atau kafe, yang sudah dijelaskan pada paparan sebelumnya. Menariknya, kegiatan “Nongkrong” yang selalu identik dengan maskulinitas atau milik para laki-laki dewasa, namun saat ini para perempuan pun melakukan kegiatan “Nongkrong” tersebut. Saat ini, para perempuan sudah banyak yang melakukan kegiatan “Nongkrong” di kafe, baik secara individu atau bersama teman-temannya. Alasan umum, mengapa perempuan banyak yang gemar “Nongkrong” di kafe, salah satunya untuk menikmati kopi yang memiliki kandungan kafein yang bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas tubuh dan menahan kantuk dan beristirahat atau santai sejenak dari pekerjaan atau aktivitasnya. Karena perempuan juga punya aktivitas atau pekerjaan yang cukup menguras energi. Namun, peneliti yakin ada hal-hal yang lain terhadap perempuan memaknai aktivitas “Nongkrong” di kafe, karena pastinya laki-laki dan perempuan itu

berbeda, salah satunya secara psikologis. Mereka memiliki pemikiran yang berbeda pula dan tidak akan sama.

² Dapat dikatakan jika pengunjung perempuan dan laki-laki pada sebuah *coffee shop*/kafe memiliki kuantitas yang hampir sama banyaknya. Gaya hidup yang telah berubah menjadikan perempuan berani untuk mengunjungi kafe. ² Jika dahulu kafe dan nongkrong selalu dicirikan dengan pengunjung laki-laki, namun saat ini penikmat dan penikmat kopi mulai banyak dari kalangan perempuan. Pergeseran kebiasaan ini mengakibatkan budaya nongkrong adalah hal yang wajar bagi perempuan. Apalagi tempat nongkrong juga dilengkapi dengan dekorasi yang instagramable, maka akan menarik perhatian para perempuan untuk ikut mengabadikan foto serta tidak bosan untuk menghabiskan waktu yang lama di tempat nongkrong tersebut.

⁴ Provinsi Jawa Barat dikenal sebagai provinsi yang memiliki kota dan kabupaten yang menarik. Salah satunya yaitu Kabupaten Garut yang dijuluki sebagai Kota Dodol, menggambarkan bahwa Kota Garut memiliki keunggulan dibidang wisata kuliner.. Seperti halnya memiliki *Coffee Shop* atau kafe sangat banyak dan menjamur di Kota Garut. *Coffee Shop* menawarkan berbagai minuman kopi dan juga makanan khas dari *Coffee Shop*. Berikut ⁴ data jumlah usaha *Coffee Shop* di Kota Garut.

nama_kabupaten_kota	jumlah_cafe	satuan	tahun
KABUPATEN GARUT	5	UNIT	2014
KABUPATEN GARUT	5	UNIT	2015
KABUPATEN GARUT	14	UNIT	2016
KABUPATEN GARUT	14	UNIT	2017
KABUPATEN GARUT	12	UNIT	2018
KABUPATEN GARUT	13	UNIT	2019
KABUPATEN GARUT	7	UNIT	2020
KABUPATEN GARUT	7	UNIT	2021

Gambar 1.1 Data Jumlah Usaha Coffee Shop di Kota Garut (Sumber : opendata.jabarprov.go.id)

Data diatas menunjukkan bahwa setiap tahun ke tahunnya, Kabupaten Garut terus memiliki *Coffee Shop* yang baru, walaupun jumlah *Coffee Shop* yang baru tidak meningkat, tetapi terus terdapat *Coffee Shop* yang baru di setiap tahunnya, sehingga total keseluruhan *Coffee Shop* akan bertambah di setiap tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Coffee Shop* merupakan salah satu usaha yang cukup menjanjikan, karena banyak peminatnya dan juga budaya baru "Nongkrong" di *Coffee Shop* yang menjadi kebiasaan masyarakat saat ini, khususnya anak muda.

Berikut beberapa *Coffee Shop* yang cukup populer di Kabupaten Garut, dan terletak di Tengah Kota Garut.

Nama <i>Coffee Shop</i>	Rating	Lokasi
Gula Padi	4,7	Jl. Bank, Paminggir

Jemma Coffee	4,6	Jl. Veteran No.18, Pakuwon
Kopilogi	4,5	Jl. Cikuray No. 42
Coffee Toffee	4,4	Jl. Guntur No.4, Paminggir
Kopi Molo	4,5	Jl. Papandayan No. 58B

Tabel 1.1 Data Coffee Shop terpopuler di Kawasan Garut Kota (Sumber : Google review 2023)

Gula Padi, Jemma Coffee, Kopilogi, Coffee Toffee, dan Kopi Molo merupakan beberapa *Coffee Shop* yang cukup populer di Kawasan Kota Garut. *Coffee Shop* tersebut memiliki ciri khas nya masing-masing. Namun berdasarkan data diatas, *Coffee Shop* yang memiliki *rating* tertinggi diantara *Coffee Shop* populer lainnya adalah Gula Padi, yang memiliki *rating* 4,7. Maka dari itu, peneliti memilih Gula Padi sebagai tempat penelitian, karena dengan *rating* yang tinggi menunjukkan kualitas *Coffee Shop* tersebut, dan pastinya memiliki pengunjung yang banyak, sehingga peneliti bisa menemukan informan dengan mudah untuk mendapatkan data yang diinginkan.

² Dalam penelitian ini, peneliti melihat bahwa kebiasaan baru bagi perempuan yang gemar nongkrong atau “Ngopi” di *Coffee shop* / kafe sebenarnya bukan hanya untuk menikmati hidangan kopi, makanan, minuman yang ditawarkan, melainkan juga mengonsumsi makna sebab dan tujuan perempuan melakukan aktivitas “Nongkrong” di kafe.

¹⁰ Penelitian ini menggunakan Teori Fenomenologi Alfred Schutz. ⁴ Teori fenomenologi menurut Alfred Schutz mengatakan bahwa fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula yang terjadi di dalam kesadaran individual kita secara terpisah dan kemudian

secara kolektif, di dalam interaksi antara kesadaran-kesadaran. Bagian ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak (*act*) atas data inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan makna, dimana cara-cara yang sama sehingga kita dapat melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak tersebut. Alfred Schutz⁷ menyebutnya dengan konsep motif, yang mana oleh Alfred Schutz dibedakan menjadi dua pemaknaan dalam konsep motif.

Pertama, *in order to motive*, kedua, *motif because of motive*. *In order to motive* merupakan motif yang dijadikan pijakan oleh seorang untuk melakukan sesuatu dengan tujuan mendapatkan sebuah pencapaian hasil, sedangkan *because of motive* merupakan motif yang melihat kebelakang. Dalam penelitian ini, melihat bagaimana sebab atau *In order to motive* seorang perempuan melakukan aktivitas “Nongkrong” di *Coffee Shop*, alasan-alasan apa yang mendorong perempuan “Nongkrong” di kafe tersebut. Selain itu, melihat bagaimana tujuan atau *because of motive*, seorang perempuan melakukan aktivitas “Nongkrong” di *Coffee Shop*, atau apa yang ingin dicapai setelah melakukan aktivitas “Nongkrong” di *Coffee Shop*.

16

1.2 Fokus Penelitian

Adapun Fokus Penelitian berdasarkan Konteks Penelitian diatas, maka peneliti memfokuskan penelitiannya pada **“Bagaimana Motif “Nongkrong” Sebagai Gaya Hidup Perempuan”**

33

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada Konteks Penelitian diatas, maka pertanyaan penelitian adalah :

1. **Bagaimana *Because Of Motive*** pada saat melakukan “Nongkrong” sebagai gaya hidup perempuan?

2. Bagaimana *Order To Motive* pada saat melakukan “Nongkrong” sebagai gaya hidup perempuan?

6

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian dalam Penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Because Of Motive* pada saat melakukan “Nongkrong” sebagai gaya hidup perempuan.
2. Untuk mengetahui *Order To Motive* pada saat melakukan “Nongkrong” sebagai gaya hidup perempuan.

41

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini ditujukan untuk memperluas kajian komunikasi dalam wawasan ilmiah mahasiswa pada bahasan komunikasi khususnya pada “Nongkrong” sebagai gaya hidup perempuan.
2. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi mengenai aktivitas yang terjadi pada masyarakat era modern.
3. Untuk memberikan referensi dan literatur penelitian khususnya yang mengkaji mengenai pemaknaan “Nongkrong” sebagai gaya hidup perempuan sehingga penelitian ini dapat menjadi rujukan di dalam perkembangan penelitian selanjutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Untuk menampilkan fenomena “Nongkrong” sebagai ¹ gaya hidup perempuan di Kota Garut.
2. Untuk memberikan pengetahuan mengenai dampak modernisasi pada kehidupan sosial
3. Sebagai bahan pengetahuan bagi penggemar “Nongkrong” di *Coffee Shop* dalam menjalani aktivitas nongkrong mereka, khususnya para perempuan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Peneliti selanjutnya akan menjelaskan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian perempuan yang melakukan aktivitas nongkrong di gula padi *coffee shop* untuk memenuhi data penelitian. Saat ini aktivitas nongkrong tidak hanya dilakukan oleh kaum laki-laki saja, akan tetapi kaum perempuan pun ternyata banyak yang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Perempuan melakukan aktivitas nongkrong *coffee shop*, dilakukan secara berulang-ulang sehingga saat ini menjadi sebuah gaya hidup bagi perempuan. Adapun sebab dan tujuan yang beragam yang menjadikan perempuan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Dalam penelitian ini peneliti sangat ingin mengetahui motif sebab (*Because of Motive*) dan motif tujuan (*In Order to Motive*) pada nongkrong sebagai gaya hidup perempuan, sebagai berikut.

A. *Because of Motive* Perempuan Melakukan Aktivitas Nongkrong Sebagai Gaya

Hidup

Coffee shop merupakan tempat yang saat ini banyak digemari untuk melakukan aktivitas nongkrong. *Coffee shop* memiliki banyak menu makanan dan minuman, serta identik dengan tempat yang sangat nyaman, adem dan modern, juga estetis, sehingga tidak heran apabila saat ini banyak pengunjung perempuan juga melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Maka dari itu, terdapat sebab perempuan tersebut mengunjungi *coffee shop*, sebagai berikut:

1. Perempuan Merasa Bosan/Penat

Bosan menjadi salah satu sebab perempuan melakukan aktivitas nongkrong di aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Sehingga untuk menghilangkan rasa bosan atau suntuk tersebut, perempuan datang ke *coffee shop*. Walaupun mereka tidak punya tujuan khusus untuk datang ke *coffee shop*, namun jika mereka sudah merasakan bosan, penat atau tidak ada kegiatan yang dapat dilakukan, mereka dapat pergi melakukan aktivitas ² nongkrong di *coffee shop*, sebagaimana yang dijelaskan dibawah ini :

“Nongkrong itu buat seneng-seneng aja sih, kaya lagi suntuk ya nongkrong, atau ngga misalkan gatau mau kemana, gabut ya nongkrong”. (Dania, 21 tahun, mahasiswi).

“Oh biar ngilangin bosen aja sih, bosen dirumah kaya diem, lagian kan kalo dirumah mah cuman main hp doang suka dimarahin gitu sama mamah, jadi mending keluar rumah, jadi kalo di *cafe* mah bisa banyak yang diceritain, berbagi cerita”. (Sachi, 14 tahun, siswi SMP).

“Gaada siapa siapa dirumah, mamah kan kerja, papah juga kerja jadi biar ga bosen main ke *cafe*”. (Salwa, 17 tahun, siswi SMK)

“Yaa gada alasan sih hanya butuh untuk menjaga kewarasan yah setelah seharian hiruk pikuk dengan rutinitas yang membutuhkan rutinitas yang tinggi, *effort* yang tinggi ya ngga ada salahnya yah untuk melepas penat disini, untuk haha hihi sekedar haha hihi yaahh”. (Wulan, 41 tahun, ASN Guru).

“Kalo dirumahkan ada-ada sebenarnya temen laki-laki, cuman beda gada temen ngobrol jadi bosen, mending keluar biar gabosen sekalian *healing*”. (Aura, 24 tahun, karyawati swasta).

“Heem, kaya sekarang tuh dirumah bosen ga ngapa-ngapain, dan emang suka keluar, jadinya kalo misalkan ada waktu keluar, mending keluar ke *cafe* aja bareng temen ngobrol ”. (Aghisni, 21 tahun, apoteker).

“Kalo saya sendiri sih, memang termasuk bisa dikatakan jarang nongkrong, akan tetapi hanya sesekali bisa gituh, itu pun hanya menghilangkan penat dirumah gituh,kalo misalkan oh kita bete nih, apa nih misalkan cari apa yah cari yang berwarna-warna, suasana baru, ya larinya ke *cafe*”. (Maya, 42 tahun, Ibu Rumah Tangga).

Dari beberapa pernyataan diatas, bahwa perempuan memiliki alasan atau sebab melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, dikarenakan mereka merasa bosan dirumah, tidak ada aktivitas lain yang dapat dilakukan dirumah dan juga tidak ada teman, sehingga mereka memilih ³⁹ untuk pergi nongkrong di *coffee shop*, artinya nongkrong di *coffee shop* tersebut sudah menjadi salah satu pilihan yang utama ketika perempuan merasakan bosan/penat, sembari mengajak teman-teman lainnya untuk nongkrong bersama. *Coffee shop* identik dengan tempat yang *cozy*, memiliki *design* yang memanjakan mata, sehingga *coffee shop* dapat dijadikan tempat berbagi cerita atau ngobrol yang nyaman ketika sudah mulai merasa bosan. Selain itu, merasa penat akan aktivitas yang sudah menjadi rutinitas atau pekerjaan yang membutuhkan waktu yang lama, sehingga nongkrong di *coffee shop*, menjadi pilihan tepat untuk menghilangkan bosan/penat.

2. Perempuan Merasa Stress atau Lelah

Setiap manusia pasti memiliki masalah dalam hidupnya, dan masalah tersebut sangat bermacam-macam, ada masalah dengan kehidupan dirumah atau keluarga, masalah dengan pekerjaannya, masalah dengan lingkungan sekitarnya dan masalah-masalah lainnya, yang dapat membuat mereka stress atau capek dengan masalahnya tersebut. Masalah akan terjadi kepada siapapun, tidak melihat laki-laki atau perempuan, sehingga mereka harus berusaha untuk mencari solusi dari masalah tersebut atau paling tidak bisa mencari ruang untuk sejenak melupakan masalah. Dalam penelitian ini, perempuan pun merasakan stress atau lelah dengan rutinitas yang biasa dilakukannya, dengan demikian mereka berusaha

untuk menenangkan rasa stress atau lelah tersebut dengan pergi ² nongkrong di *coffee shop*, sebagaimana yang dijelaskan dalam pernyataan berikut :

“Kalo aku merasa apa ya, *recharge energy* dan *recharge mood* ketemu temen, ngobrol, atau nongkrong sendiri tuh *recharge* banget *energy* untuk melanjutkan aktivitas yang itu itu aja”. (Syifa, 26 tahun, Karyawan Swasta).

“Sama lah ya, jawaban tuh nya sama aja, karena nyatanya kita memiliki peran ganda sebagai seorang ibu dan seorang pendidik, ya tentunya kita harus memiliki hiburan-hiburan yang ekstra, yang sifatnya dibanding mereka yang ibu rumah tangga”. (Hijrah, 40 tahun, ASN Guru)

“Kadang sih ya kerjaan bisa, hmmm kaya yang cape aja gitu, hari kemarin kan sibuk banget, jadi sesekali lah *healing* buat nongkrong biar ga stress”. (Aura, 24 tahun, karyawan swasta).

“Karena kesibukan dirumah, karena kami-kami ini ibu-ibu yang aktif di organisasi kemasyarakatan, jadi kami memiliki kegiatan yang begitu lumayan padat, ya untuk menghilangkan stress, kami biasanya nongkrong, tapi memang saya bukan kategori yang suka nongkrong, tapi sesekali wajarlah”. (Maya, 42 tahun. Ibu Rumah Tangga).

Dari pernyataan diatas, mereka merupakan perempuan yang sudah bekerja atau memiliki rutinitas yang menjadi kewajiban harus dilakukan di setiap hari atau jadwal mereka bekerja, mau tidak mau harus dilakukan. Walaupun mungkin, perempuan tersebut sedang berada di dalam kondisi yang capek atau stress terhadap rutinitas, namun harus terus melakukan rutinitas yang menjadi kewajiban. Sehingga, dari pernyataan perempuan yang sudah bekerja diatas tersebut, bisa dikatakan bahwa alasan atau sebab mereka nongkrong di *coffee shop*, karena capek atau stress dengan pekerjaannya, sehingga mereka memilih untuk pergi nongkrong sesekali, agar bisa menyegarkan kembali pikiran serta tubuh dan siap menjalani kembali rutinitas nya tersebut dengan lebih baik, sehingga hal tersebut akan berpengaruh juga terhadap kinerja perempuan tersebut saat bekerja.

Namun ternyata stress atau capek yang dirasakan perempuan yang belum bekerja, seperti siswi atau mahasiswi itu berbeda dengan perempuan yang sudah bekerja, seperti dalam pernyataan sebelumnya. Seperti halnya, siswa atau mahasiswa, mereka merasa stress atau capek dikarenakan tugas, menghadapi ujian akhir atau masalah saat di sekolah atau kampus. Sebagaimana pernyataan yang dijelaskan dibawah ini:

“Beralih dari mumet kuliah, ya jadi pikirannya teh ga fokus ke kuliah, jadi yaudah nongkrong aja gituh, ga mikirin kuliah”. (Delia, 19 tahun, Mahasiswi)

“Kan lagi pusing-pusingnya sekolah, kan baru selesai PLKJ atau pengabdian, terus bentar lagi mau ujian-ujian jadi harus main dulu kesini”. (Caca, 17 tahun, Siswi MA)

“Biar seru, biar gaterlalu stress, soalnya tugasnya suka banyak”. (Syifa, 13 tahun, Siswi SMP)

“Ya lagi mau ujian sekarang teh, kegiatan akhir kan kelas 12 padet, jadi sekarang mumpung lagi libur ke *cafe* dulu main biar *relax* dulu weh gitu”. (Rahma, 17 tahun, Siswi MA)

Dari pernyataan diatas, perempuan yang masih mengenyang pendidikan baik itu sebagai siswi atau mahasiswi mereka merasakan stress atau capek dikarenakan rutinitas yang ada di sekolah atau kampus, seperti mendapatkab materi dikelas, juga tugas-tugas yang cukup banyak serta menghadapi ujian-ujian yang menjadi keputusan lulus atau tidaknya. Sehingga dari pernyataan diatas, mereka melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, memiliki sebab karena stress dan capek akan rutinitas dalam proses mengenyang pendidikannya tersebut.

Pernyataan diatas sejalan dengan pendapat dari perwakilan orang tua, beliau adalah seorang ibu yang memberikan pernyataan bahwa, perempuan khususnya

siswi serta mahasiwi pergi nongkrong ke *coffee shop* sembari mengerjakan tugas yang banyak yang membuat mereka penat, sebagaimana pernyataannya dibawah ini sebagai berikut:

“Kalo ngeliat disnimah ada sebagian sambil ngerjain tugas yakan, positif ajalah yah haha biar gaterlalu penat juga yakan, itukan tuh banyak yang sambil ngerjain yakan. Seharian belajarkan terlebih yang kuliah kan liat anak juga tugasnya banyak yah, ya mungkin ngelepas penat ajah cari *refresh*”. (Difa, 27 tahun, Ibu Rumah Tangga).

Peneliti menemukan yang menjadi sebab ibu rumah tangga melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* dan tentunya sangat berbeda dengan alasan yang dimiliki perempuan yang sudah bekerja dan perempuan yang masih menjadi siswi atau mahasiswi. Sebagaimana ⁴⁷ seorang ibu rumah tangga memiliki tanggung jawab ¹⁹ yang cukup berat, seperti membersihkan rumah, mengurus anak, suami dan apapun yang berkaitan dengan mengatur dan mengurus rumah tangga. Apalagi bagi ¹¹ perempuan yang memiliki peran ganda sebagai ibu rumah tangga dan juga bekerja, tentunya hal tersebut tidaklah mudah, seringkali membuat para ibu-ibu merasakan capek dan juga stress. Sebagaimana pernyataan yang dijelaskan dibawah ini sebagai berikut:

“Bagi aku emak-emak rumah tangga, setiap hari bertemu anak jarang banget ketemu orang yang bisa diajak tektokan yah, jadi kalo ketemu temen, jadi ya nongkrong buat *recharge energy*”. (Difa, 27 tahun, Ibu Rumah Tangga).

“Apa yah, pertama mungkin untuk menjaga kebersamaan lebih erat, karenakan kalo di sekolah kita mau menjadi diri kita sendiri tuh susah yah terbatas, kita harus menjadi *image* di depan siswa, rekan kerja, tapi kalo disini kita bisa menunjukkan nih ini kita yang sebenarnya. Jadi dengan seperti itu ketika kita datang kembali ke sekolah kita punya energi yang baru tidak jenuh, tidak stress lagi. Ketika kita datang ke rumah pun kita sudah *fresh* menghadapi anak kan membutuhkan ibu yang waras yah, jadi ketidakwarasannya, kita tumpahkan disini seperti itu”. (Wulan, 41 tahun, Ibu Rumah Tangga dan ASN Guru).

Pertanyaan diatas merupakan pernyataan dari seorang perempuan yang sudah menjadi ¹²ibu rumah tangga serta seorang perempuan yang memiliki peran ganda sebagai ibu rumah tangga dan bekerja. Mereka memiliki rutinitas yang cukup padat dan cukup melelahkan seperti harus mengurus anak hingga tidak ada waktu untuk mengobrol atau bertukar cerita dengan teman-temannya. Apalagi dengan ¹¹perempuan yang memiliki peran ganda sebagai ibu rumah tangga dan bekerja, sangatlah menguras energi dan akan merasakan capek bahkan stress akan dua rutinitas yang berbeda namun memiliki tanggung jawab yang berat. Seperti dalam pernyataan diatas dikatakan, perempuan tersebut harus bertanggung jawab dalam mengurus anak dirumah dan bertanggung jawab akan siswa-siswi di sekolah. Apalagi diharuskan untuk menjaga *image* dihadapan banyak orang tentunya akan menguras energi dan dapat membuat cepat lelah. Sehingga rutinitas padat, tanggung jawab berat yang dapat membuat lelah bahkan stress tersebut, merupakan suatu hal yang menjadikan sebab perempuan tersebut pergi melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*.

Pernyataan diatas sejalan dengan informan budaya, bahwa bagi ibu rumah tangga nongkrong di *coffee shop* adalah tempat yang nyaman untuk bersosialisasi diluar dari tanggung jawab sebagai ibu rumah tangga. Sebagaimana pernyataannya sebagai berikut:

“Bagi beberapa ibu rumah tangga *coffee shop* bisa dikatakan sebagai tempat yang nyaman untuk bertemu teman-temannya ataupun anggota keluarga lainnya bahkan bisa memberi sebuah kesempatan untuk bersosialisasi diluar rumah tanpa harus mengurus pekerjaan rumah tangganya sebagai bagian dari bentuk *refreshing* karena stress mengurus rumah tangganya sekali-kali boleh dong nongkrong di *cafe*. Tapi kalo keseringan juga ada yang berdampak positif dan negatif, karena kemungkinan besar dirumah

bisa keteteran”. (Dicky Purnama Fajar, 42 tahun, Pekerja Seni Visual & Dosen).

Namun, ada juga perempuan yang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* tidak semata-mata stress, seperti pernyataan dibawah ini :

“Stress sih engga ya ga stress, lebih ke gabut aja, stress mah emang orangnya gapeduli hahaha ”. (Aghisni, 21 tahun, apoteker).

Pertanyaan diatas terdapat perempuan yang memiliki karakter “bodo amat” atau tidak peduli akan sesuatu, seperti masalah di pekerjaannya, sehingga pernyataan diatas sangat berbeda dengan pernyataan sebelumnya, yang mengatakan perempuan melakukan nongkrong di *cafe* karena stress atau capek. Akan tetapi, terdapat perempuan yang tidak peduli akan capek atau stress nya tersebut, sehingga tidak menjadikan satu-satunya alasan untuk pergi nongkrong.

3. Perempuan Membutuhkan Suasana Baru (Tempat, Makanan, Minuman)

²¹ *Coffee shop* adalah salah satu tempat nongkrong yang menyediakan minuman dan makanan yang beragam. Minuman yang khas dari sebuah *coffee shop* adalah kopi, namun saat ini tidak hanya kopi yang ada di *coffee shop*, akan tetapi banyak minuman – minuman lainnya, seperti es teh, *milkshake*, *thai tea*, dan lain sebagainya. Selain itu juga, terdapat makanan - makanan yang beragam, khususnya di Gula Padi *coffee shop* ini menyediakan makanan khas di indonesia, seperti tutug oncom, soto betawi, seblak, mie aceh dan lain-lain. Makanan dan minuman yang beragam tidaklah cukup untuk dijadikan opsi utama para pelanggan, karena sebuah *coffee shop* itu harus memiliki ⁹ tempat yang nyaman, adem dan memiliki *space* yang cukup luas. Maka dari itu, makanan, minuman yang beragam dan khas,

tempat yang nyaman, adem, serta luas menjadi hal yang harus dimiliki sebuah *coffee shop* agar menarik banyak pelanggan, khususnya perempuan dan tentunya menjadi pilihan perempuan ketika melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*.

Sebagaimana dijelaskan pada pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Tempat sih penting, kan ada beberapa *cafe* yang panas. Kalo suasananya enak, adem, aku suka. Nongkrong itu aku suka pindah-pindah tempat, kalo tempatnya baru mah, kita dapet *experience* baru atau nggak ya apa aja sih bisa di dapetin, terus makanannya juga kalo misalkan belum pernah dicoba, kaya coba makanan baru”. (Dania, 21 tahun, Mahasiswawi).

“Jelas sih makanan, kopi itu yang bisa bikin *relax*” (Irene, 30 tahun, Pegawai Bank Swasta).

“Karena *cafe* buat kita nyaman, banyak orang banget, di *cafe* tuh enak banget sih, beda sama yang di jalan, kalo di *cafe* mah adem ada ac.” (Salwa, 17 tahun, Siswi SMK).

“Gini yah, tempat makan ah teu reseup selera nya , ngabaso, gamau, ah mau nya ini, tapi kan kalo di *cafe* tuh semuanya mau, mau ngabaso, mau makan, mau cemilan, mau kopi, semuanya ada disana gitu yah, jadi kita semua selera ada disini, jadi makanya kita pilihnya *cafe*”. (Wulan, 41 tahun, ASN Guru).

“Kalo aku emang udah bosan dengan suasana dirumah, jadi emang pengen yang cerah aja gitu sama yang estetik, bisa foto-foto, makanan gatertlau penting sing yang penting suasana tempat aja”. (Aghisni, 21 tahun, apoteker).

Pernyataan diatas menunjukkan, bahwa perempuan membutuhkan suasana yang baru. Suasana disini tidak hanya suasana tempat, namun juga berkaitan dengan makanan atau minuman yang dikonsumsi, karena makanan atau minuman itu bisa mengubah atau mempengaruhi perasaan atau *mood* manusia, jadi ketika dalam sebuah *cafe* terdapat makanan atau minuman yang beragam, khas dan juga enak, maka akan mempengaruhi suasana hati menjadi lebih baik dan nyaman berada disebuah *cafe*, tidak lupa juga konsep *coffee shop* yang estetik yang

menjadi pilihan anak-anak muda untuk mendapatkan suasana cafe yang nyaman. Serta, tidak kalah penting untuk memberikan suasana yang baik adalah dari segi pelayanan di cafe tersebut. Pernyataan diatas, diperkuat oleh pernyataan dari *head waiter* atau kepala pelayan, mengenai tempat, makanan, dan minuman yang dapat memberikan kenyamanan dan suasana yang baik sehingga banyak perempuan pergi melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, sebagai berikut:

“Aku ngeliat cewek-cewek disini tuh emang banyak, lebih yang dominan tuh cewek, karena memang dari tempat nya tuh kita disini kan, dari tempatnya mungkin *cozy* kan, kita balik lagi ke sisi nusantaranya, kita disini ngembangkan dari nusantara, dari berbagai daerah kita ada gitukan, ⁴⁶ di *ambiance* nya juga kita memberikan pelayanan *ambiance* yang memang tidak membedakan antara laki-laki dan perempuan”. (Gerry, 20 tahun, *Head Waiter*).

Suasana baru yang nyaman, ditambah dengan makanan, minuman yang beragam serta enak, tidak lupa memiliki pelayanan bagus membuat perempuan yang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* lebih merasa aman dan nyaman ketika melakukan kegiatan lain saat berada di *coffee shop*. Selain makan dan minum, perempuan pun melakukan kegiatan lain seperti mengekspresikan diri, ngobrol secara serius atau jika perempuan yang berumah tangga dan sudah memiliki anak, cafe yang memiliki suasana yang nyaman akan menjadi pilihan untuk mengajak keluarganya pergi nongkrong di *coffee shop*. Sebagaimana pernyataan yang berhubungan dengan pernyataan diatas adalah sebagai berikut:

“Tempat lebih nyaman mungkin yah, ga berisik sama jalan jadi obrolan nya bisa lebih nyampe, lebih fokus gitu”. (Reni, 28 tahun, Karyawan Swasta).

“Kalo aku karena sekarang ahh udah punya anak yah, karena memilih *coffee shop*, yaa salah satunya karena nyaman, sama yah nyaman, aah terus kaya

kalo bawa anak mungkin anak – anak bisa lebih leluasa juga nemenin orang tuanya nongkrong gitu”. (Difa, 27 tahun, Ibu Rumah Tangga).

“Yaa salah satunya nyaman yah, terkadang memang kalo makanan sama aja lah kurang lebih gitu nya, cuman lebih memilih ke kenyamanan aja, bebas untuk berekpresi gitu, kadang kalo dipinggir jalan gaenak di dengar orang, dilihat orang gitu yah, kalo disini mah memang tempatnya kita untuk ngobrol dan lain sebagainya” (Melly, 42 tahun, ASN Guru).

“Saya tuh bukan tipe pemilih yah, tapi tetep mempengaruhi rasa, suasana, makanan, pelayanan gitu buat nongkrong. Suasananya aku suka seperti apa yah, relatif weh, saya itu masuk-masuk aja, walaupun pada akhirnya kok begini sih”. (Maya, 42 tahun, Ibu Rumah Tangga).

Suasana yang sangat nyaman di *coffee shop* menjadi sebuah hal yang penting bagi pengunjung perempuan, karena mereka selain makan dan minum, mereka pun melakukan aktivitas lain seperti ngobrol ataupun membawa anak-anak kecil jika perempuan tersebut sudah menikah. Sehingga untuk menjaga kualitas obrolannya itu, maka diperlukan sebuah tempat, yakni *coffee shop* memberikan suasana yang sangat nyaman serta para pengunjung perempuan bisa lebih mengekspresikan diri pada saat nongkrong di *coffee shop*. Mengekspresikan diri dapat terjadi karena seseorang berada dalam keadaan *mood* yang baik, atau suasana hati yang baik. Suasana hati atau *mood* yang baik itu dapat berasal atau dipengaruhi juga dari suasana yang baik di *coffee shop* nya tersebut, sehingga para pengunjung perempuan bisa mengekspresikan dirinya dengan baik. Bagi pengunjung perempuan yang sudah memiliki anak, dan ingin membawa anak untuk nongkrong di *coffee shop* pasti akan memikirkan dan memilih *coffee shop* yang memberikan suasana yang nyaman bagi anaknya juga, suasana yang baru bagi anak-anaknya agar bisa bahagia dan tidak *rewel* saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* bersama ibunya.

Sedangkan bagi siswi mereka lebih senang mengerjakan tugas di *coffee shop*, karena mendapatkan suasana baru yang membuat tidak bosan saat mengerjakan tugas tersebut, seperti dalam pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Suasana diluar *cafe* ada angin, kalo dirumah tuh jenuh kalo ngerjain tugas jenuh banget jadi ya di *cafe*, terus bisa sama temen juga jadinya gabosen, ya di *cafe* mah gabosen sambil ngobrol-ngobrol gitu” (Rahma, 17 tahun, Siswi MA)

Coffee shop saat ini berlomba-lomba memfasilitasi bagi siswa ataupun mahasiswa untuk memilih *Coffee shop* sebagai tempat mengerjakan tugas, selain tempat yang nyaman, adem, suasana yang bagus, konsep yang memanjakan mata, juga tidak lupa juga steker atau *colokan listrik* untuk mengisi daya laptop ataupun *handphone* agar lebih bisa menghabiskan waktu yang lama sembari mengerjakan tugas tersebut.

Suasana memang menjadi faktor utama yang menjadikan perempuan memilih *coffee shop* untuk dijadikan tempat nongkrong dibanding makanan atau minuman. Jika dilihat dari pernyataan – pernyataan diatas, perempuan lebih menekankan kepada suasana yang nyaman di *coffee shop* tersebut untuk menjadi alasan perempuan melakukan nongkrong tersebut. Pernyataan tersebut juga sejalan dengan pernyataan dari perwakilan kaum laki – laki sebagai berikut:

“Hmm kebanyakan tempat mungkin kak yah, karena menurut pengalaman saya juga mah, rasa makanan atau ya makanan yang ada di *cafe* ga nentuin *preference* dari yang nongkrong, kebanyakan mah milih karena tempatnya sih kak”. (Dio, 21 tahun, Mahasiswa).

Informan budaya menyatakan bahwa suasana tempat, makanan dan minuman menjadi alasan atau penyebab perempuan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* sebagai berikut :

“Saya bisa pecah beberapa penyebab perempuan datang ke *coffee shop* misalkan untuk variasi lingkungan jadi *atmosphere* tempat mencari referensi dan inspirasi, bahkan bisa juga sebagai mengakses makanan atau minuman baru yang tidak didapatkan dirumahnya, dan yang paling marak sekarang akses wifi, agar lebih santai dan lama *browsing* di *coffee shop*”. (Dicky Purnama Fajar, 42 tahun, Pekerja Seni Visual & Dosen).

4. ² Nongkrong di *Coffee Shop* menjadi Kebutuhan Perempuan

Saat ini nongkrong *coffee shop* dan meminum kopi itu sudah menjadi candu atau kebiasaan bagi perempuan, tidak hanya laki-laki yang dapat melakukan nongkrong di *coffee shop* sambil makan dan meminum kopi atau lainnya, justru saat ini bagi perempuan hal tersebut sudah menjadi kebutuhan. Jadi asumsi di masyarakat yang mengatakan bahwa perempuan tidak nongkrong dan minum kopi saat ini, bisa dikatakan sudah tidak relevan lagi dengan realita. ² Nongkrong di *Coffee Shop* menjadi kebutuhan bagi perempuan untuk alasan-alasan tertentu dan alasan tersebut adalah alasan yang positif yang baik bagi kebutuhan proses menjalani kehidupan. Perempuan cukup banyak menghabiskan waktu untuk datang dan melakukan segala kegiatan di *coffee shop*. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh informan :

“Kalo secara di *cafe* mah mungkin seminggu bisa sampe seminggu 3 kali, tapi kaya kalo pulang kantor kan suka nongkrong dulu, itu tiap hari saya nongkrong hahaha, pulang kerja nongkrong dulu, karena biar bisa ngerokok” (Syifa, 26 tahun, Karyawan Swasta).

“Rata-rata hampir setiap hari sih, cuman ya ga setiap hari juga sih, ya buat rehat dari kerjaan aja”. (Iren, 30 tahun, Pegawai Bank Swasta).

Dari pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa perempuan melakukan nongkrong itu hampir tiap hari mereka datang ke *coffe shop* untuk nongkrong, apalagi bagi mereka yang sudah bekerja, nongkrong di *coffe shop* sudah menjadi kebutuhan yang harus dilakukan, guna bisa melakukan kegiatan lain yang tidak bisa dilakukan ditempat kerja seperti merokok dan agar bisa rehat sebentar dari pekerjaan. Pernyataan diatas diperkuat oleh pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Memang diakui yah jauh beberapa tahun sebelum ini euh perempuan itu memiliki stigma negatif memang yah, perempuan dengan tongkrongannya dengan rokoknya, tetapi kemudian moral kita sedang digerus oleh globalisasi pada yang akhirnya kita melek, bahwa tempat ini sudah bergeser dari stigma negatif menjadi sebuah kebutuhan gitu yah, stigma negatif sudah luntur. Kemudian bagaimana kita menjalankan peran *cafe* supaya tidak ada lagi stigma negatif, da dari dulu juga kalo dijalankan positif ya positif. Nah, sekarang paling tidak bagaimana kita tau batas waktu, batas laki dan perempuan gitu yah, tergantung siapa yang menjalankan begitu yah, bagi saya stigma negatif bagi saya sudah berubah menjadi sebuah kebutuhan” (Wulan, 42 tahun, ASN Guru).

² Pernyataan informan diatas, menjelaskan bahwa nongkrong di *coffee shop* itu sudah menjadi sebuah kebutuhan, tidak ada lagi stigma-stigma negatif mengenai perempuan dan tongkrongan, dikarenakan jika dilakukan secara positif maka akan positif juga, tinggal bagaimana perempuan bisa mengetahui batas-batas tertentu kita melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Maka, saat ini tidak heran banyak sekali perempuan yang melakukan nongkrong, karena nongkrong bagi perempuan sudah menjadi kebutuhan, tentunya dengan berbagai alasan-alasan tertentu, salah satunya untuk berkumpul bersama dengan temannya. Pernyataan diatas diperkuat sebagai berikut:

“Ya tadi ya nongkrong itu penting sih untuk sekarang, intinya kita itu sudah candu yah, candu nya candu untuk kumpul bareng gitu, sama ngopinya gitu yah, jadi diusahakan walaupun sekalinya kita libur, diusahakan kita harus ketemu seminggu, minimal dalam seminggu itu ketemu sekali. Soalnya ya itu larinya udah ke candu, candunya kita kumpul bareng, candu rasa kopinya gitu jadi ya itu. Sekalipun saya sama suami, yasudah ke *cafe* berdua tapi dengan teman-teman beda vibes nya”. (Wulan, 42 tahun, ASN Guru).

“Seperti mengandung nikotin yah, hahaha mereka itu bikin nagih, lagih lagih dan lagih hahaha”. (Mely, 42 tahun, ASN Guru)

“Kopi, senja dan perkawanan itu emang candu, jadi bener kata pepatah yah kebiasaan yang berulang itu akan menjadi adab, adab yang berulang itu akan menjadi hukum, artinya apa, ketika tidak datang ke *cafe* salah satu dari kita teh merasa berdosa, karena sudah siklus kebiasaan, pokonya kudu, lamun hente asa dosa weh. Jadi, kita tuh Ya Allah jangan sakit kalo sakit saya bakal ditinggalin ke *cafe* nih, nah itu dijadikan motivasi biar sehat biar bisa nongkrong”. (Hijrah, 40 tahun, ASN Guru).

Dari pernyataan diatas sangatlah menarik, karena bagi perempuan saat ini nongkrong di *coffee shop* sambil meminum kopi dan bertemu teman adalah suatu hal yang “candu” atau bisa disebut aktivitas nongkrong di *coffee shop* sudah menjadi kebiasaan yang tidak bisa ditinggalkan. ² Dari pernyataan diatas juga dapat dikatakan bahwa nongkrong di *coffee shop* harus terus dilakukan sebagai ajang untuk bertemu teman, disaat sudah lama tidak bertemu dan dalam satu minggu itu harus bertemu, artinya nongkrong sudah menjadi keharusan untuk dilakukan secara sadar.

Namun, perempuan yang masih menjadi siswi atau mahasiswi yang menjadikan nongkrong di *coffee shop* sebuah kebutuhan, memiliki waktu yang lebih fleksibel untuk pergi nongkrong, akan tetapi menjadikan aktivitas nongkrong di *coffee shop* tersebut menjadi sebuah prioritas yang harus dilakukan setiap minggunya. Sebagaimana pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Hmmm weekend aja, atau kalo misalkan pulang dari kampus aku nongkrong, biasanya sekitar satu jam lebih”. (Diva, 19 tahun, Mahasiswi).

“Euhh setiap kalo ga sibuk sih, soalnya mau ujikom sekolah, jadi kalo setiap malam minggu atau pulang sekolah, paling dateng mulai jam 6 atau setengah 6 sore sampe jam 9 malem, udah magrib aja sampe malem. Malem tuh lebih tenang, karena kan sore mah agak panas, kalo malem ituh biar tenang, biar enak sih, makin banyak”. (Salwa, 17 tahun, Siswi SMK).

Bagi para siswi ataupun mahasiswi, dari pertanyaan diatas dapat dikatakan bahwa mereka melakukan nongkrong di *coffee shop* sudah menjadi kebutuhan setiap minggunya, pulang sekolah atau dari kampus lalu pergi melakukan nongkrong itu sudah menjadi biasa, seperti ada sesuatu yang kurang jika tidak melakukan nongkrong bersama teman-temannya. Hari *weekend*, seperti malam minggu menjadi sebuah kebiasaan khususnya bagi anak muda, untuk pergi nongkrong di *coffee shop* bersama temannya untuk sekedar menenangkan diri, juga *refreshing*. Serta menjadi kebutuhan bagi mereka, karena nongkrong tersebut sudah menjadi gaya hidup yang harus dilakukan, karena nongkrong di *coffee shop* sudah menjadi *trend* khususnya bagi anak-anak muda.

Perempuan rela menghabiskan waktunya untuk nongkrong di *coffee shop* untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing. Hampir setiap hari sebagian perempuan melakukan aktivitas nongkrong dengan jam – jam tertentu. Dilihat dari beberapa pernyataan diatas, perempuan banyak melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* dari sore ke malam hari, karena dinilai lebih nyaman serta adem. Akan tetapi jika perempuan melakukan aktivitas nongkrong hingga malam hari apalagi larut malam, maka akan membuat stigma negatif terhadap perempuan yang hobby

melakukan nongkrong di *coffee shop* semakin banyak, apalagi dilihat dari kacamata orang tua, pasti akan mendapat *labelling* menjadi perempuan yang kurang baik.

Sebagaimana pernyataan dibawah ini dari perwakilan orang tua sebagai berikut:

“Perempuan itu harus tau waktu ya ada batasannya, kalo sampe larut malam itu pandangannya pasti kurang baik gitu, tapi kalo misalkan dibawah jam 7 ke siang lah itumah gapapa”. (Angga Yusuf, 38 tahun, Guru Honorer).

Lalu beliau juga memberikan pernyataan mengenai faktor-faktor yang menjadikan perempuan tersebut melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* hingga larut malam, sebagai berikut:

“Itu yang pertama faktor kurang kasih sayang keluarga, yang kedua faktor *broken home*, yang ketiga faktor orang tuanya kesibukan, dan yang keempat orang tuanya memiliki pendidikan yang rendah gitu”. (Angga Yusuf, 38 tahun, Guru Honorer).

Namun pernyataan perwakilan orang tua diatas tidak sejalan dengan informan perwakilan laki-laki yang menganggap bahwa nongkrong hingga larut malam menjadi hal biasa, sebagaimana pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Kalo menurut aku balik lagi ya, kalo masih biasa - biasa aja normal – normal aja mah oke – oke aja sih, selagi udah dewasa aja bukan pemula, kaya sampe jam atau dibawah jam 12 malem mah itu masih oke sih”. (Dio, 21 tahun, Mahasiswa).

Informan budaya memiliki pandangan berbeda bahwa perempuan yang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* hingga larut malam adalah untuk koneksi sosial, sebagaimana pernyataannya sebagai berikut:

“Kalau saya melihatnya perempuan nongkrong sampe larut malam bisa dikarenakan faktor dinamika dalam relevansi komunikasi, maksudnya mereka pasti mencari konektivitas sosial atau bagian dari ekspresi identitas untuk mengeksplorasi bahwa saha sih dirina teh. Tapi pada dasarnya

kebanyakan mereka itu untuk mengekspresikan dan mencari jati diri, dalam hatinya mereka teh sabanerma rek naon sih urang nongkrong di kafe nepi ka larut malam, kosong we tujuanamah”. (Dicky Purnama Fajar, 42 tahun, Pekerja Seni Visual & Dosen).

Selain itu, nongkrong di *coffee shop* sebagai kebutuhan bagi perempuan, karena *cafe* memiliki kegunaan khusus sebagai tempat bercerita, yang ketika ingin berbagi cerita dengan temannya, harus dilakukan di *coffee shop*, serta apa yang tidak di dapatkan dirumah, ternyata dimiliki di *coffee shop*, seperti makanan-makanan yang enak. Berikut sesuai dengan pernyataan dibawah ini :

“Kalo dirumah tuh susah buat cerita, gasemua orang bisa cerita gitu. Kalo *Cafe* kan bisa ajak temen meskipun cuman misalkan pesen minuman aja, tapi kan bisa sambil *sharing*, kalo diumur segini lebih ngomongin masa depan, karir ”. (Aura, 24 tahun, karyawati swasta).

“Kita sebagai ibu rumah tangga itu gaharus diem gituh dirumah, kan kita juga harus keluar lah sekali-kali untuk mencurahkan, makan enak gaharus selalu makan masakan sendiri, harus juga gitu yah sekali-kali keluar” (Lela, 30 tahun. Ibu Rumah Tangga).

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa, bagi perempuan *coffee shop* sudah menjadi kebutuhan, karena apa yang tidak didapatkan dirumah, akan didapatkan ketika nongkrong di *coffee shop*, sehingga ketika membutuhkan sesuatu yang memang hanya dapat ditemukan atau dirasakan ketika di *coffee shop* saja, seperti bercerita dengan leluasa, memiliki pengalaman makan-makanan yang beragam dan enak. Maka, ketika membutuhkan hal tersebut, *coffee shop* harus dijadikan pilihan untuk melakukan aktivitas nongkrong.

Informan budaya memberikan pernyataan bahwa beliau setuju bahwa nongkrong di *coffee shop* bagi perempuan adalah sebuah kebutuhan. Sebagaimana pernyataanya dibawah ini:

“Setuju bahwa nongkrong bagi perempuan menjadi sebuah kebutuhan karena permasalahannya itu sudah menjadi sebagai gaya hidup mereka, tapi perempuan mana dulu, dari kalangan mana dulu, tapi gaya nongkrong di *coffee shop* itu sudah terbentuk secara *segmented* karena berkaitan dengan finansial mereka. Kita ngeliat itu udah menjadi gaya hidup perempuan yang ada di ranah budaya populer, kalo yang dibudaya tradisi mah nongkrongna moal di kafe pasti kopi pinggir jalan gitukan”. (Dicky Purnama Fajar, 42 tahun, Pekerja Seni Visual & Dosen).

B. In Order to Motive Perempuan Melakukan Kegiatan Nongkrong Sebagai Gaya ²

Hidup

Aktivitas nongkrong di *coffee shop* adalah aktivitas masa kini yang sering dilakukan untuk menghabiskan waktu. Nongkrong saat ini tidak hanya dilakukan oleh kaum laki-laki saja, akan tetapi kaum perempuan pun banyak yang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, karena bagi kaum perempuan, saat ini nongkrong di *coffee shop* sudah menjadi gaya hidup, untuk mengikuti perkembangan jaman. Maka dari itu, perempuan menghabiskan waktu bahkan dengan waktu yang cukup lama serta menghabiskan uang, untuk melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Perempuan tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu dan apa yang perempuan ingin dapatkan pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Berikut beberapa tujuan perempuan mengunjungi *coffee shop*, untuk melakukan aktivitas nongkrong:

1. Perempuan Memiliki Citra/Image di Sosial Media dengan Mengambil & Memposting Foto Saat Melakukan Aktivitas Nongkrong di Coffee Shop ²

Nongkrong di *coffee shop* secara umum tidak jauh dari makan, minum serta berkumpul bersama teman-teman untuk menghabiskan waktu. Namun, selain itu perempuan memiliki kebiasaan unik, yaitu melakukan foto atau berfoto bersama

teman-temannya, suasana *cafe*, makanan atau minuman dan lain sebagainya lalu di *upload* ke sosial media. Gaya hidup melakukan aktivitas ² *nongkrong di coffee shop* bagi perempuan *memiliki citra/image tersendiri yaitu*, dinilai gaul, berkelas, kekinian, modern bagi sebagian perempuan. Maka dari itu, untuk memiliki citra/image tersebut perempuan, melakukan aktivitas *nongkrong di coffee shop*, sembari memposting kegiatan yang dilakukan di *coffee shop* ke sosial media. Sebagaimana pernyataan dari informan perempuan sebagai berikut:

“Foto-foto di *cafe* itu aku suka, kalo cewek yah biasanya suka foto-foto, sebenarnya untuk yaaa balik lagi ke sosial media pasti suka di post ke sosial media, biar sosial media nya tetep aktif gitu, biar keliatan main yahh hahaha”. (Iren, 30 tahun, Pegawai Bank Swasta).

“Suka foto-foto buat di taro di instagram, biar dilihat sama orang yang aku suka, buat kode-kode haha aduh malu”. (Syifa, 13 tahun, siswi SMP).

“Biar banyak yang kenal kita juga, jadi orang ini tuh gimana sih, biar dikenal banyak orang juga diliat nya tuh orang gaul”. (Sachi, 14 tahun, siswi SMP).

Dari pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa, perempuan melakukan aktivitas *nongkrong di coffee shop* dikarenakan mereka ingin memposting di sosial media demi mendapatkan validasi dari orang banyak, bahwa mereka sedang melakukan aktivitas ² *nongkrong di coffee shop*, karena melakukan *nongkrong di coffee shop*, akan memberikan citra/image bahwa perempuan tersebut adalah perempuan yang gaul, kekinian, dan mendapatkan perhatian khusus dari orang tertentu.

Perkembangan sosial menjadi salah satu penyebab perempuan gencar untuk membuat image/citra di sosial media, serta menurut informan budaya dengan

maraknya sosial media, membuat perempuan mudah untuk mengekspresikan diri dengan berbagai tujuannya. Sebagaimana pernyataan dibawah ini:

“Dengan hadirnya media sosial yang cukup marak terus hadirnya media komunikasi yang luas jejaringnya, sehingga mereka butuh untuk mengekspresikan dirinya dan yang keduanya untuk ngasih tau *show up* nya seperti apasih, urang teh aya dimana, ker naon istilahnamah, biar *audience* teh tau oh ternyata si ieu teh ningan kieu nya, kalo dulumah disembunyikan kita sedang ada dimana, tidak mau di publish. Tapi sekarang mereka jadi banci tampil. Ketika kita menarik satu benang permasalahan bahwa perempuan itu dikaitkan dengan foto – foto ya tadi itu pembentukan identitas dan ekspresi diri mereka yang memungkinkan untuk memperlihatkan identitas dan kepribadian mereka ke publik, dia ngebranding dirinya seperti apa dengan melakukan foto-foto atau *selfie*, biar kelihatan gaul, memilih posenya, latar belakang. Terus oge bisa dikatakan dengan pengaruh media sosial itu akan membentuk satu citra kecantikan tersendiri dengan adanya *selfie*, fenomena *selfie* disini sangat terkait erat dengan media sosial, sehingga standar kecantikan seseorang tuh dapat dipersepsikan dengan standar kecantikan tertentu diterapkan lah oleh satu media yang dianggap sebagai budaya populer. Kalo saya analisis bahwa fenomena perempuan dengan *selfie* itu digunakan sebagai komunikasi yang kompleks dan bermakna, khususnya dalam membentuk identitas, sehingga membangun hubungan sosial dan mempengaruhi sebuah perspsi serta fenomena dan respon dinamika budaya khususnya teknologi kontemporer sekarang”. (Dicky Purnama Fajar, 42 tahun, Pekerja Seni Visual & Dosen).

Perempuan memposting foto atau video ke sosial media pada saat nongkrong di *coffee shop* demi mendapatkan validasi dari orang banyak serta menginginkan citra/ *image* tertentu sejalan dengan pernyataan dari kaum laki-laki sebagai berikut:

“Generalnya mah mereka tuh buat kebutuhan sosmed, kek foto-foto bagus karena biasanya ga jarang juga yang butuh validasi orang dari eksistensi di sosmed gituh”. (Dio, 21 tahun, Mahasiswa).

Selain itu, bagi Ibu Rumah Tangga ternyata mereka juga menginginkan *image* atau mereka ingin menyampaikan pesan khusus kepada banyak orang melalui sosial media dengan memposting foto-foto kegiatan saat nongkrong di

coffee shop. Ibu Rumah tangga memang dikenal sebagai orang yang memiliki pekerjaan dirumah saja, namun ternyata mereka juga tidak mau dikenal hanya sebagai seseorang yang bertugas menjaga dan melayani keluarga dirumah, akan tetapi ingin memperlihatkan sisi lain, seperti pernyataan sebagai berikut:

“Oh suka banget foto-foto cuman kan kita sebagai ibu-ibu yang aktif di organisasi kemasyarakatan ada batasan apa yang harus di *share* di sosmed atau engga. Jadi kalo sering juga engga, jadi pilih pilih juga, aku suka share foto bareng-bareng, ga cuman foto makannya, biar buat kenang-kenangan aja kan di hp takutnya hilang, sama terlihat sama orang lain juga, kalo kita tuh ga terus aja diem dirumah, ada kegiatan kita diluar kita juga punya temen diluar”. (Lela, 30 tahun. Ibu Rumah Tangga).

“Pengen diliat orang, terus kita tuh punya kegiatan laen selain jadi ibu rumah tangga sama kegiatan di organisasi kami”. (Maya, 42 tahun. Ibu Rumah Tangga).

Namun ada juga perempuan yang mereka memang suka mengambil foto pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* tetapi tidak menjadi sebuah keharusan untuk selalu diposting ke sosial media dan tidak membutuhkan citra/*image* tertentu dari orang lain, ataupun jika diposting ke sosial media, bagi sebagian perempuan memiliki tujuan hanya untuk menyimpan kenang-kenangan saja,serta berbagi rekomendasi *coffee shop* ke orang lain. Sebagaimana dalam pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Yahh apa ya emang sudah dunianya begitu yah, setiap momen adalah foto bersama, tidak bisa dilepaskan itu teh, apalagi bagi perempuan. Kadang begini a, kita sadar bahwa kebersamaan itu tidak abadi bagaimanapun kita menjaganya tidak ada kebersamaan yang terus abadi, paling tidak mati pun memisahkan kalo kita menjaga ge. Nah, artinya gini ketika nanti suatu saat kita sudah tidak lagi bersama karena banyak hal, karena kesibukan kita atau hal lain yang sifatnya kejutan dari tuhan begitu yah, paling tidak ketika kita buka memori, ada kalimat oh iya bener setidaknya kita pernah ada dan bersama gituh. Jadi kadang tidak ada hubungannya agar inih bisa diposting kemudian orang bisa melihat, seperti saya pribadi saya jarang

posting kebersamaan di instagram atau status whatsapp, tapi selalu saya *save* baik-baik dalam sebuah foto gitu yah, tapi kalo temen posting selalu minta di tag karena gengsi hahaha”. (Hijrah, 40 tahun, ASN Guru).

“Aku lebih suka foto makanan aja sih, jarang sih kalo selfie- selfie gitu, itu juga cuman di post di *second account* temen-temen deket aja, malu soalnya kalo di *first account*”. (Rahma, 17 tahun, Siswi MA).

“Aku jarang sih foto-foto, palingan objek nya aja makanan, kalo selfie sih suka tapi buat arsip aja, kalopun upload ke sosmed sih biar misalkan kalo temen-temen diluar gitu oh ini digarut ”. (Aura, 24 tahun, karyawan swasta).

“Suka sih foto-foto paling banyak makanan biar bisa bikin tiktok, biar punya cerita, terus nanti bisa diliat lagi nanti oh pernah kesini terus bisa ngerekomen ke temen-temen *cafe* mana yang enak” . (Aghisni, 21 tahun, apoteker).

Pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa, perempuan memang menyukai mengabadikan moment-moment mereka dengan memotret makanan serta minuman yang mereka pesan, serta foto bersama teman-temannya. Akan tetapi, tidak semua yang di potret akan di posting di sosial media, tidak menjadi tujuan utama ketika memotret makanan, minuman, foto bersama atau suasananya harus diposting di sosial media, karena menurut sebagian perempuan hal tersebut tidak terlalu penting, hanya saja jika mereka posting, bertujuan untuk berbagi tempat-tempat yang dapat dijadikan rekomendasi bagi teman-teman lainnya ketika ingin nongkrong di *coffee shop*. Perempuan sangat menyukai untuk menyimpan foto kebersamaannya, foto kegiatan saat nongkrong di *coffee shop* untuk dijadikan kenang-kenangan dan menjadi arsip atau memori untuk dilihat kembali di masa mendatang.

Pernyataan diatas mengenai berfoto untuk dijadikan sebagai dokumentasi atau kenang-kenangan sejalan dengan pernyataan informan budaya sebagai berikut:

“Rata – rata mereka itu melakukan foto atau *selfie* di kafe, satu fotografi itukan bagian dari permasalahan dokumentasi yang harus memang selalu ada untuk perempuan, kalo jaman dulu kan dokumentasi hanya terbentuk oleh warga-warga tionghoa warga keturunan yang sangat membutuhkan dokumentasi. Tapi kalo sekarang dokumentasi itu buat siapapun. Foto – foto atau *selfie* untuk membentuk hubungan, dan memperkuat ikatan sosial, baik dengan teman, keluarga, atau pengikut onlinenya”. (Dicky Purnama Fajar, 42 tahun, Pekerja Seni Visual & Dosen).

Perempuan yang memang pada dasarnya mereka menyukai memotret suasana tempat, makanan atau minuman di *coffee shop*, atau berfoto bersama teman – temannya dan di upload ke sosial media,. Memang dari pernyataan – pernyataan yang ada diatas perempuan memposting foto ataupun video di *coffee shop* untuk mendapatkan citra/*image* kekinian atau gaul, namun tidak semua perempuan memposting foto ataupun video pada saat melakukan nongkrong itu memiliki keinginan untuk dinilai atau memiliki citra/*image* kekinian atau gaul, akan tetapi secara tidak langsung mereka memposting apapun yang mereka potret pada saat nongkrong di *coffee shop* sudah menjadi kebiasaan bagi perempuan dan akan memberikan pesan-pesan tertentu kepada orang lain yang melihat sesuai dengan pandangannya masing - masing. Pernyataan – pernyataan diatas sejalan dengan pandangan perwakilan orang tua yang memang beliau adalah seorang laki-laki, pernyataan tersebut sebagai berikut:

“Ya karena teknologi perkembangan jaman dari masa ke masa banyak media yang bisa diaplikasikan sesuai dengan personal diri itu mempunyai medsos itu mempunyai alasan – alasan tertentu ada yang ingin memiliki personal branding, yang kedua ingin jadi selebgram, bisa juga medsos itu dijadikan mencari keuntungan dan juga kepuasan diri serta ingin terlihat gaul atau pameri diri lah”. (Angga Yusuf, 38 tahun, Guru Honorer).

2. Nongkrong di *Coffee Shop* Sebagai Tempat Komunikasi bagi Perempuan

²³
Coffee shop tidak hanya sebuah tempat yang menyediakan beragama makanan dan minuman, tempat yang nyaman dan estetik akan tetapi *coffee shop* juga merupakan tempat berkomunikasi bagi perempuan, seperti untuk bersilaturahmi, bertemu teman lama, atau sebagai tempat untuk agar menjadi lebih dekat dengan teman. Tempat untuk berkomunikasi sangat banyak, akan tetapi *coffee shop* juga tempat yang diminati perempuan untuk berkomunikasi, seperti mengobrol, berbagi informasi, hingga bercerita mengenai masalah masing-masing dengan berbagai tema. Sembari melakukan aktivitas nongkrong *coffee shop* perempuan menghabiskan waktunya bersama teman-temannya, untuk bersilaturahmi. Suasana *coffee shop* yang nyaman membuat perempuan lebih suka bertukar pesan sembari melakukan aktivitas nongkrong nongkrong di *coffee shop*. Sebagaimana pernyataan dari informan dibawah ini sebagai berikut:

“Sebenarnya nongkrong itu, selain ingin makan tuh, utamanya ingin ngobrol sih, ketemu temen hmm *keep in touch* mungkin kaya gitu aja sih biar bisa ngobrol”. (Reni, 28 tahun, Karyawan Swasta).

“Kalo aku sih nongkrong bagi aku tuh *bounding time* sama temen, walaupun dilakukannya sering kan ada tuh temen-temen yang intensitas nongkrongnya itu bisa seminggu 3x kalo orang pikir ngobrolin apa sih, ya ga ngobrolin apa-apa, tapi *bounding time* nya itu” (Syifa, 26 tahun, Karyawan Swasta).

“Kadang udah lama gaketemu atau misal dia baru ada waktu buat ketemu, posisi mungkin dia kerja dimana, kita kerja dimana jadi memang sengaja ketemuan di *coffee shop*” (Iren, 20 tahun, Pegawai Bank Swasta).

“Kalo misalkan ada kumpulan atau ada kegiatan kita menyempatkan kumpul bareng di *cafe* yang penting kita bisa ngobrol” (Lela, 30 tahun. Ibu Rumah Tangga).

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa, komunikasi menjadi ¹⁴ salah satu hal yang penting dalam keintiman hubungan antar individu, maka dari itu akan muncul keakraban, kepercayaan serta saling menyayangi satu sama lain. Perempuan lebih mengutamakan ngobrol atau bercerita pada saat melakukan nongkrong di *coffee shop*. Bertukar cerita dengan teman-teman apalagi teman yang memang sudah lama tidak bertemu menjadi moment yang sangat penting ketika melakukan nongkrong, dan bisa dikatakan makanan dan minuman itu hanya pelengkap saja. Perempuan senang bercerita, bercerita apapun yang menurut mereka penting untuk diceritakan atau menjadi bahan diskusi, bertukar pendapat ketika nongkrong bersama teman di *coffee shop*, sebagaimana dalam pernyataan dibawah ini mengenai apa saja yang mereka bicarakan atau ceritakan saat melakukan nongkrong di *coffee shop* sebagai berikut:

“Ketika tukar cerita, update kehidupan, kaya ini punya cerita sendiri, dia punya cerita sendiri”. (Syifa, 26 tahun, Karyawan Swasta).

“Yaitu update kehidupan, hmm terus flasback mungkin ya karena itu yang, berapa ya 70% dari pembicaraan mungkin kebanyakan flasback, 30% itu update kehidupan” (Reni, 28 tahun, Karyawan Swasta).

“Satu tentunya membicarakan perihal kerja pastinya, yang kedua hal-hal yang sifatnya pribadi yang masih layak di dengarkan oleh sahabat sendiri, sekalipun karena kita sudah terlalu dekat batasnya sudah sedikit rada roboh begitu yah, terkadang permasalahan-permasalahan rumah tangga yang sangat jauh pun, kita sudah gaada lagi batas malu untuk saya butuh masukan untuk itu yahh atau mungkin saya butuh kalian mendengarkan apa yang saya alami di masalah rumah tangga, di masalah baik buruknya gitu yah”. (Hijrah, 40 tahun, ASN Guru).

“Aduuh banyak rumah tangga semua dari a sampe z semua di obrolin”. (Lela, 30 tahun, Ibu Rumah Tangga).

“Ya sama aja yah masalah anak, masalah kegiatan dirumah, sampe masalah *fashion* mungkin bisa di obrolkan, itu aja sih”. (Maya, 42 tahun. Ibu Rumah Tangga).

Pernyataan diatas merupakan pernyataan dari seorang perempuan yang sudah dewasa, bahkan sudah berumah tangga dan bekerja. Mereka memiliki cerita yang lebih kepada berbagi sebuah masalah dan cerita kehidupan. Dikarenakan mereka memiliki pengalaman sebagai ibu rumah tangga, jadi apa yang diceritakan atau diobrolkan ada seputar masalah-masalah yang ada di rumah tangga, segala hiruk pikuk yang terjadi dalam rumah tangga, kegiatan dirumah, masalah anak hingga suami. Ada pula, perempuan berbagi cerita kehidupan atau istilah saat ini adalah “*update* kehidupan”, yang mana mereka menceritakan kegiatan atau masalah terbarunya yang sedang dilakukan atau sedang dirasakan pada saat itu, khususnya bagi perempuan yang memang sudah lama tidak bertemu dengan teman-temannya, sehingga mereka ingin mengetahui satu sama lain mengenai apa yang terjadi di kehidupannya setelah tidak lama berjumpa, atau mereka mengenang (*flashback*) kejadian yang pernah mereka lakukan dahulu kala.

Namun, pernyataan diatas berbeda dengan pernyataan perempuan muda, siswi ataupun mahasiswi, mereka memiliki hal yang cukup unik untuk diceritakan atau diobrolkan dengan teman perempuannya. Menceritakan ³ orang lain menjadi salah satu hal yang menarik dan sering dilakukan oleh perempuan muda pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Sebagaimana pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Ngomongin unek-unek kalo ada rasa kesel ke orang nge gibah di cafe, soalnya biar seru sambil makan, sambil ngopi ga kaya dirumah”. (Rahma, 17 tahun, Siswi MA).

“Ngobrolnya random, paling ngomongin orang karena ga ketauan kalo di cafe hahaha”. (Aghisni, 21 tahun, apoteker).

“Ngegibah sih ngegosip ngomongin tentang pacar atau pertemanan atau masalah keluarga apa aja di obrolin”. (Salwa, 17 tahun, Siswi SMK).

Pernyataan diatas dapat diartikan bahwa perempuan muda seperti siswi atau mahasiswi memiliki pembicaraan yang berbeda dengan perempuan yang sudah berumah tangga juga bekerja. Perempuan muda seperti siswi atau mahasiswi, mereka lebih memiliki pembicaraan yang santai, gibah adalah salah satu hal disukai ketika perempuan muda ketika nongkrong di *coffee shop*. Gibah merupakan pembicaraan yang jahat mengenai seseorang baik yang dikenal ataupun tidak dikenal. Gibah juga bisa dikatakan bergosip ataupun bergunjing. Mereka memilih untuk membicarakan orang lain itu disebut *coffee shop* karena dinilai lebih nyaman dan aman, bisa dilakukan sambil makan, minum serta berada di tempat yang memang banyak orang yang tidak dikenal jadi orang-orang tidak akan mengetahui apa yang mereka bicarakan. Selain itu, mereka juga suka membicarakan lawan jenisnya ataupun pasangannya di *coffee shop*. Berbeda dengan perempuan yang sudah dewasa, berumah tangga juga bekerja, mereka lebih memiliki obrolan yang berkualitas dan memiliki tujuan. Gibah sudah seperti kebiasaan yang selalu dilakukan oleh sebagian perempuan ketika melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, hingga mendapatkan *labelling* dari kaum laki-laki bahwa perempuan itu lebih suka membicarakan orang lain. Sebagaimana dalam pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Cewek itu biasanya ngegibah itu yang pertama mah itu, ngomongin orang, ngomongin temennya sendiri mungkin banyak juga kak, kebanyakan”. (Dio, 21 tahun, Mahasiswa).

Nongkrong di *coffee shop* dan perempuan sudah tidak dapat dipisahkan, nongkrong di *coffee shop* bagi mereka sudah menjadi *second place* bagi perempuan untuk dijadikan tempat bertemu, mengenang dan berbagi cerita. Selain itu, dari beberapa pernyataan diatas sebelumnya, bahwa perempuan mengadakan sebuah acara-acara tertentu, tidak hanya dilakukan dirumah seseorang, akan tetapi saat ini perempuan mengadakan sebuah acara-acara tertentu sembari melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Hal ini diperkuat oleh pernyataan *head waiters* dibawah ini sebagai berikut:

“Kalo cewe tuh udah pasti ngerumpi yah, paling yang paling sering kesini tuh dari kalangan emak-emak, jadi disini tuh sering banget tiap minggu tiap *weekend* pasti ada ibu-ibu yang disini *reservasi*, *booking* tempat, *booking area*, untuk arisan itu seringnya disini”. (Gerry, 20 tahun, *Head Waiter*).

Arisan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan umumnya oleh kaum perempuan yang dimana, mereka mengumpulkan uang dengan nominal yang sama, kemudian diundi untuk menentuka siapa yang akan mendapatkan uang yang sudah terkumpul tersebut. Kegiatan arisan ini, umumnya dilakukan di rumah-rumah salah satu anggota, namun saat ini sudah bergeser yakni melakukan kegiatan arisan sembari melakukan nongkrong di *coffee shop*. Perempuan merencanakan kegiatan arisan tersebut dengan mereservasi *coffee shop* tersebut.

Pernyataan diatas perkuat oleh informan perwakilan laki-laki yang menyatakan bahwa perempuan itu memang paling sering berkumpul daripada laki-

laki dan mereka lebih sering untuk berbagi cerita atau ngobrol. Sebagaimana pernyataannya dibawah ini sebagai berikut:

“Hmm mungkin kodrat perempuannya juga gitu ya kak, buat apah lebih sering banyak ngobrol daripada cowok, jadi lebih banyak berkerumun ya cewek gituh kak”. (Dio, 21 tahun, Mahasiswa).

Pernyataan – pernyataan para informan perempuan diatas sejalan dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan budaya sebagai berikut :

“Merujuk fenomena perempuan nongkrong sebetulnya itu bagian dari trend atau bagian dari gaya hidup sebetulnya, gaya hidup yang sekarang semakin marak, kalau kita melihat itu kan dari sebuah bagian budaya populer yang untuk membangun sebuah citra/relasi, mencari suatu hubungan khususnya komunikasi yang ingin mereka bangun, dengan membangun sebuah gaya tongkrongan yang semakin marak dilakukan di kafe, yang membentuk pola disana adalah mereka mencari realitas hubungan yang akan mereka kaji tentang permasalahan apapun itu, baik itu pekerjaan, pendidikan sampai arisan kaum-kaum sosialita bisa terjadi disana”. (Dicky Purnama Fajar, 42 tahun, Pekerja Seni Visual & Dosen).

3. Nongkrong di Coffee Shop Sebagai Tempat Istirahat Perempuan

¹⁰ *In order to motive* atau *motif tujuan* merupakan bagaimana *tindakan yang* dilakukan *oleh seseorang*. Dalam penelitian ini, perempuan menjadikan *coffee shop* sebagai tempat mereka beristirahat. Melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* bagi perempuan adalah bagian dari istirahat atau rehat dari pekerjaan yang banyak, masalah-masalah yang rumit dan lain sebagainya. Tempat istirahat biasanya identik dengan rumah, akan tetapi saat ini ternyata tidak hanya rumah sebagai tempat istirahat, akan tetapi *coffee shop* adalah tempat istirahat bagi perempuan sembari melakukan aktivitas nongkrong, ditemani dengan makanan dan minuman yang

beragam, serta suasana yang nyaman. Sebagaimana pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Ketika dari rumah berangkat nongkrong sih, balik ke rumah minimal kita nih pas lagi nongkrong kita gamikiran masalah-masalah yang ada dirumah, pas lagi balik kerumah ya gapapa kita mulai lagi dengan apa ya namanya, dengan *problem-problem* yang ada dirumah, minimal dengan dateng nongkrong kita melupakan sejenak masalah itu”. (Difa, 27 tahun, Ibu Rumah Tangga).

“Ketemu sore-sore begini kan enak yah nongkrong di cafe, sekaligus ngecas energi positif buat esok hari yah, esok kan harus *fresh* lagi jadi hari ini momennya”. (Hijrah, 40 tahun, ASN Guru).

“Karena dirumah tuh gasemua rumah jadi rumah, tapi kadang ya kalo beda tempat, bakal mood nya jadi beda”. (Aura, 24 tahun, karyawan swasta).

“Cafe tuh bisa jadi buat refreshing, kaya cape disekolah, jadi setuju kalo cafe tuh dijadiin tempat istirahat”. (Rahma, 17 tahun, Siswi MA).

“Selain di cafe kan dimana lagi yah gitukan, kalo dirumah kan udah keseringan jadi ada suasana baru kita dilayani hahaha”. (Lela, 30 tahun, Ibu Rumah Tangga).

“Hmm lebih kaya apa ya, lebih kaya, kaya istirahat sebentar dari pekerjaan, terus kalo misalkan hari-hari libur buat *refreshing* gitu. Jadi yaa, gaterlalu *stuck* sama yang sehari-hari dilakukin gitukan, kalo rutinitas nya terlalu itu-itu aja, jadikan kadang ga inikan”. (Irene, 30 tahun, Pegawai Bank Swasta).

“Merasa senang di cafe terlepas dari apa yah, oh kita lelah nih, cape gitu yah, kita bisa menikmati waktu sebentar saja dengan kita berada istirahat di cafe” (Maya, 42 tahun, Ibu Rumah Tangga).

Pernyataan diatas menunjukkan bahwa perempuan menjadikan aktivitas nongkrong di *coffee shop* sebagai tempat mereka beristirahat dari lelahnya kehidupan, seperti bekerja, mengurus rumah tangga, memiliki masalah, sehingga perempuan menjadikan *coffee shop* sebagai tempat istirahat agar dapat menyegarkan kembali pikiran-pikiran yang sudah mumet, melupakan sejenak

masalah yang ada, dan beristirahat dari rasa capek akibat pekerjaan yang padat. Mereka beranggapan bahwa istirahat dirumah itu bosan atau tidak ada suasana yang lebih nyaman untuk beristirahat, sehingga mereka memilih *coffee shop*, karena memiliki makanan, minuman yang beragam, suasana yang nyaman serta dilayani.

4. Nongkrong di Coffee Shop untuk Cuci Mata bagi Perempuan

Cuci mata bukan diartikan sebagai mencuci mata dengan air, akan tetapi cuci mata disini adalah sebuah ungkapan yang artinya melihat sesuatu indah dengan senang hati atau membuat bahagia. Perempuan mengunjungi sebuah *coffee shop* dan melakukan aktivitas nongkrong, mereka memiliki tujuan tidak hanya untuk beristirahat, mencari suasana baru, berkumpul bersama teman ataupun mendapatkan citra tertentu, namun para perempuan juga melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* adalah untuk melihat lawan jenisnya yang tampan sedang berada di *coffee shop* tersebut, dan hal tersebut disebut cuci mata. Sebagaimana pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Aku buat nyari cowo ganteng sih, tapi cuman ngeliat doang sih, cuci mata doang haha tapi gapernah dapet, lagian cuman kaya ngeliat doang udah, mengagumi dalam diam, tapi pengen sih dapet hahaha” (Syifa, 13 tahun, Siswi SMP).

“Ya karena di cafe tuh banyak ya cowok-cowok yang ganteng gituh, tapi ada yang tertatik ada yang engga, buat cuci mata langsung ssshht. Pernah dapet aku waktu tahun baru, tapi sekarang udah engga ” (Salwa, 17 tahun, Siswi SMK).

“Nyaman di cafe tuh karena mau liat cowok-cowo cuci mata, misalkan kalo kita pulang ih pulang padahal masih gamau, pengen disini soalnya ada cowo banyak hahaha” (Salma, 21 Tahun, Tidak bekerja).

Selain makanan dan minuman yang beragam, suasana *coffee shop* yang nyaman dan estetik, ada hal lain yang menjadi tujuan perempuan datang ke *coffee*

shop untuk melakukan aktivitas nongkrong yaitu melihat lawan jenisnya yang sedang berada *coffee shop* tersebut. Mereka mengaku bahwa melihat lawan jenisnya apalagi memiliki paras tampan, membuat mereka nyaman atau betah untuk berlama-lama nongkrong di *coffee shop*. Selain itu, dari pernyataan diatas perempuan berharap mendapatkan pasangan setelah nongkrong di *coffee shop*. Dengan demikian, perempuan tersebut mencoba menarik perhatian lawan jenisnya dengan cara tersendiri. Hal ini dialami oleh *head waiters* laki-laki yang menjadi bahan perhatiannya saat nongkrong di *coffee shop*, sebagaimana dalam pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Ada sih sering yah, soalnya kadangkala anak cewek jaman sekarang tuh apalagi anak-anak SMA banyak celotah-celotehnya banyak jeplaknya, contohnya tuh aku lagi *serving* lagi ngelayanin itu pasti ada godain-godain gituloh kaya ‘aa aku dong ceunah aku gamau makannya aku gamau minumannya blabla aku pengen aa nya aja’ itu yang paling sering gituh”.
(Gerry, 20 tahun, *Head Waiter*).

Pada pernyataan diatas, saat ini pada kenyataan memang sebagian perempuan menganggap “menggoda” itu menjadi hal wajar dan dianggap becanda, akan tetapi bagi sebagian perempuan hal itu dianggap kurang baik untuk dilakukan. Namun pada intinya, memang benar saat ini ada perempuan yang menggoda laki-laki terlebih dahulu. Seperti yang dikatakan sebelumnya, tidak semua perempuan menggoda laki-laki secara terbuka, serta tidak semua perempuan datang ke *coffee shop* untuk cuci mata atau menarik perhatian lawan jenisnya. Sebagaimana pernyataan dibawah ini mengatakan bahwa:

“Kalo aku pribadi sih engga ya cuci mata, pernah sih kaya misalkan ke cafe yang lebih ke kopi gitu kan banyak cowo, ya masing-masing aja gitu”.
(Aura, 24 tahun, karyawan swasta).

“Engga, soalnya emang *introvert* jeung emang ga kepikiran buat ke arah sana, emang tujuan ke cafe buat bagusin *mood* aja”. (Aghisni, 21 tahun, apoteker).

“Soalnya aku udah punya pacar jadi engga, kalaupun gapunya pun ngga juga yah hahaha”. (Caca, 17 tahun, siswi MA).

Dari pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa tidak semua perempuan yang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* itu adalah untuk cuci mata atau melihat lawan jenisnya serta mendapatkan perhatian, ada juga hanya sekedar untuk mengubah *mood* dan melakukan aktivitas yang biasanya dilakukan. Pernyataan-pernyataan diatas merupakan pernyataan dari perempuan yang masih muda, perempuan usia remaja ataupun perempuan yang memang masih lajang belum terikat pernikahan, sehingga mereka lebih bebas menarik perhatian laki-laki saat berada di *coffee shop*. Akan tetapi hal tersebut akan berbeda dengan perempuan yang sudah menikah atau berumah tangga, mereka akan lebih menjaga perilaku dan tidak sebebas perempuan yang masih muda atau lajang. Sebagaimana pernyataan dibawah ini sebagai berikut:

“Kalo saya pribadi euh cuci mata, cuci matanya sama makanan, suasana, engga yang lain kalo saya”. (Caca, 17 tahun, Siswi MA).

“Gatau yah kalo orang lain, kalo saya pribadi oh suasananya, apalagi apa yah, view untuk fotonya bagus nih ya itu buat cuci matanya”. (Maya, 42 tahun, Ibu Rumah Tangga).

Pernyataan diatas merupakan pernyataan dari perempuan yang sudah berumah tangga, sehingga definisi cuci mata bukan berarti untuk melihat dan menarik perhatian lawan jenis, akan tetapi cuci mata untuk melihat makanan-makanan yang menarik, meluhat suasana *coffee shop* yang indah dan

menyenangkan. Bagi mereka cuci mata untuk melihat dan menarik perhatian lawan jenis, sudah bukan masa atau waktunya untuk seperti itu, jadi mereka “cuci mata” untuk lebih menikmati makanan, minuman serta suasana di *coffee shop* tersebut.

Menurut informan budaya bahwa cuci mata itu bisa memiliki beberapa arti, tergantung dari perspektif perempuan itu sendiri. Berikut pernyataan menurut informan budaya mengenai perempuan datang ke *coffee shop* untuk cuci mata:

“Dari keseluruhan *culture* yang terbentuk selalu dikaitkan dengan aktivitas melihat orang, mencari keindahan, estetika dari sosok seseorang atau bisa juga dikatakan sebagai eksistensi dan jati diri. Tetapi bisa dikatakan juga bahwa cuci mata ini bukan sekedar dikatakan bahwa dalam selalu mencari laki-laki atau pasangan hidup, tapi cuci mata disini bisa dikatakan sebagai hiburan, rekreasi. Jika perempuan tersebut cuci mata dengan fokus kepada tubuh dan penampilan seseorang sebetulnya itu hal yang wajar, tapi kalo misalkan yang melihatnya sudah memiliki pasangan hidup ya itu tidak wajar”. (Dicky Purnama Fajar, 42 tahun, Pekerja Seni Visual & Dosen).

4.2 Pembahasan

Pada pembahasan dalam hasil penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis dari seluruh hasil penelitian berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan pada penelitian yang berjudul “Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Perempuan”. Pembahasan penelitian tidak terlepas dari teori yang digunakan dalam memandu hasil penelitian, teori yang digunakan yaitu Teori Fenomenologi Alfred Schutz. Dengan menggunakan Teori Fenomenologi Alfred Schutz, peneliti dapat mengetahui bagaimana pengalaman seseorang melalui dua motif yaitu motif sebab (*Because of Motive*) dan motif tujuan (*In Order to Motive*) pada nongkrong sebagai gaya hidup perempuan. Motif sebab (*Because of Motive*) merujuk kepada pengalaman yang berhubungan dengan sebab atau alasan dari tindakan mengapa perempuan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, tentunya perempuan

melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* itu tidak muncul secara tiba – tiba, melainkan memiliki pertimbangan-pertimbangan yang mendorong perempuan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Sedangkan motif tujuan (*In Order to Motive*) adalah berkaitan dengan tujuan, bahwa tindakan yang dilakukan pasti memiliki tujuan – tujuan tertentu, atau apa yang diharapkan, rencana atau minat perempuan pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* sebagai gaya hidup. Dalam pembahasan ini peneliti akan menganalisis seluruh dari hasil penelitian, serta akan membagi menjadi beberapa kategori yang dihasilkan dari hasil wawancara kepada informan perempuan yang sedang melakukan aktivitas nongkrong Gula Padi *coffee shop*, sebagai berikut:

A. Motif Sebab (*Because of Motive*)

Because of Motive merujuk kepada tindakan atau pengalaman yang berhubungan dengan sebab – sebab atau alasan. Tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan – alasan atau sebab – sebab tertentu, mengapa orang tersebut melakukan tindakan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada informan perempuan yang sedang melakukan aktivitas nongkrong Gula Padi *coffee shop*, terdapat beberapa alasan – alasan atau sebab yang mendorong perempuan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*.

1. Perempuan Merasa Bosan/Penat

Perasaan bosan atau penat muncul dikarenakan seseorang tidak memiliki aktivitas atau kegiatan yang harus dilakukan. Selain itu juga, bosan bisa terjadi karena memiliki aktivitas atau kegiatan yang sama sertaberulang – ulang, sehingga

akan menimbulkan kebosanan atau penat. Perasaan bosan atau penat yang dirasakan oleh perempuan dapat menjadi alasan atau sebab, perempuan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. ¹ Dalam penelitian ini, perempuan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, tentunya perempuan tersebut merasakan kebosanan, seperti mereka tidak memiliki aktivitas atau kegiatan yang harus dilakukan, mereka bosan karena perempuan tersebut ⁴³ hanya berdiam diri di rumah, tanpa melakukan kegiatan atau aktivitas apapun sehingga mereka akan merasa bosan. Perempuan memilih *coffee shop* untuk melakukan aktivitas nongkrong karena, dinilai *coffee shop* tersebut memiliki tempat yang nyaman, memiliki suasana yang berbeda, serta terdapat makanan & minuman yang beragam, sehingga perempuan menjadikan opsi pertama *coffee shop*, untuk dijadikan tempat perempuan tersebut nongkrong. Selain itu, untuk melepas kebosanan tersebut, mereka datang ke *coffee shop*, karena memiliki suasana yang nyaman untuk berbagi cerita bersama teman – teman yang diajaknya. Untuk perempuan yang sudah bekerja, alasan – alasan atau sebab mengapa mereka melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* dikarenakan mereka memiliki rasa bosan atau penat tersendiri, seperti memiliki rutinitas yang padat dan berulang - ulang, sehingga menimbulkan kebosanan. Maka dari itu, perempuan yang bekerja tersebut pergi ke *coffee shop* untuk melakukan aktivitas nongkrong, setelah melakukan sebuah rutinitas yang padat dan berulang yang menjadi kewajibannya.

Mereka meyakini bahwa ketika melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* akan menghilangkan kebosanan atau rasa penatnya itu. Ketika nongkrong di *coffee shop*, menurut perempuan mereka bisa lebih banyak untuk berbagi cerita bersama

temannya, lalu di *coffee shop* terdapat banyak orang dan bisa mengajak orang seperti temannya untuk datang ke *coffee shop*, sehingga perempuan tersebut tidak merasa bosan dikarenakan tidak memiliki teman ketika berada di rumah. Nongkrong *coffee shop* juga bagi perempuan dapat tertawa dengan leluasa, karena memang ada perempuan yang harus menjaga *image* ketika berada di tempat kerjanya, sehingga perempuan tersebut tidak dapat leluasa untuk tertawa. Perempuan dapat tertawa dengan leluasa saat nongkrong di *coffee shop* dikarenakan sembari mendengar cerita – cerita lucu yang dibagikan dengan teman – temannya. Dengan rasa bosan atau penat yang dirasakan karena kegiatan dalam hidupnya, adalah salah satu sebab atau alasan perempuan untuk melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*.

2. Perempuan Merasa Stress atau Lelah

Setiap manusia pasti memiliki masalah, masalah - masalah tersebut bisa terjadi dikarenakan berasal dari tanggung jawab yang dimiliki. Begitupun perempuan, perempuan memiliki masalah bisa dengan rumah tangganya, lingkungan ataupun tempat kerjanya. Sehingga perempuan akan merasa lelah atau stress dengan masalah – masalah yang dihadapinya. Perempuan yang sudah berumah tangga, tentunya mereka harus bertanggung jawab dengan rumah tangganya tersebut, seperti mengurus anak dan suami. Mengurus anak dan suami bagi perempuan apabila terus menerus dilakukan dengan waktu yang cukup lama, mereka merasa lelah dan tidak punya waktu banyak untuk melakukan kegiatan lain yang disukai dan dibutuhkannya. Sehingga, untuk menghilangkan rasa lelah dan stressnya tersebut, perempuan sesekali melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*,

sembari mengajak teman - temannya yang sudah lama tidak bertemu, mereka saling berbagi cerita dan berkeluh kesah saat nongkrong di *coffee shop*, sebagai ⁴⁰ salah satu cara untuk menghilangkan rasa lelah dan stress tersebut, namun tidak lupa juga tentang kewajiban sebagai ibu rumah tangga, sehingga tetap harus di kontrol. Maka dari itu, karena lelah dan stress bagi perempuan yang sudah berumah tangga, menjadi sebab atau alasan untuk melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*.

Selain itu, perempuan saat ini tidak lagi seperti jaman dahulu yang identik dengan mengurus rumah tangga serta melayani suami. Akan tetapi, perempuan saat ini ⁵⁰ memiliki peran ganda yakni menjadi seorang ibu rumah tangga dan juga bekerja. Sehingga, hal tersebut menjadikan ¹⁹ perempuan yang memiliki peran ganda tersebut, merasa lelah dan stress. Mereka harus mengurus rumah tangga juga mengurus pekerjaannya, jadi akan memiliki dua tanggung jawab yang berbeda namun sama – sama penting. Ketika menjadi ibu rumah tangga, perempuan tersebut harus mengurus anak serta suami, ketika di pekerjaannya, peremua tersebut harus menjaga *image* dihadapan atasan, karyawan, siswa- siswi dan lainnya, yang mana menjaga *image* juga membuat lelah jika terlalu lama. Sehingga perempuan yang memiliki peran ganda tersebut, membutuhkan hiburan – hiburan tertentu untuk menghilangkan rasa lelah juga stress. Maka dari itu, perempuan tersebut melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* dengan alasan atau sebab lelah dan stress akan peran ganda yang dimiliki perempuan tersebut.

Merasa stress dan lelah juga menjadi alasan perempuan muda yang sedang mengenyang pendidikannya, seperti siswa dan mahasiswi untuk melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Siswi dan mahasiswi tersebut, merasa lelah dan

stress karena tugas – tugas nya yang diberikan sangat banyak, kegiatan di sekolah yang padat serta ujian – ujian yang akan dihadapinya. Ketika mereka mendapatkan tugas yang banyak, mereka memilih untuk melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* agar bisa sedikit melupakan beban tugas tersebut, dan tidak stress. Selain itu, banyaknya kegiatan – kegiatan disekolah seperti ujian sekolah ataupun kegiatan praktek lapangan, yang membuat mereka merasa lelah dan capek sehingga perempuan tersebut pergi melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* agar merasa *relax* atau santai sebelum melakukan ujian atau kegiatan sekolah lainnya. Alasan atau sebab perempuan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* dikarenakan lelah dan stress akan tugas, ujian dan kegiatan disekolah, sejalan dengan pernyataan seorang orang tua atau seorang ibu yang melihat bahwa aktivitas nongkrong di *coffee shop* yang dilakukan oleh perempuan dikarenakan tugas - tugas yang sekolah yang sangat banyak, sehingga perempuan tersebut membutuhkan hiburan dengan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* agar lebih *refreshing* atau menyegarkan tubuh dan juga pikiran dari tugas yang banyak tersebut. Dengan demikian, pernyataan seorang orang tua atau seorang ibu yang menilai melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* adalah hal yang positif saja.

Namun ternyata ada juga perempuan yang tidak merasa lelah atau stress dengan kegiatan atau tanggung jawab yang dimilikinya dan berbeda dengan pernyataan perempuan yang sudah dijelaskan diatas. Perempuan yang tidak merasa lelah atau stress dengan kegiatan atau tanggung jawab yang dimilikinya, dikarenakan perempuan tersebut memiliki karakter “bodo amat” atau tidak peduli dengan masalah atau rasa lelah, stress yang dimilikinya. Perempuan tersebut, tidak

menjadikan sebab lelah atau stress yang dimilikinya untuk melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, akan tetapi perempuan tersebut hanya bosan. Memang jarang perempuan yang cuek dengan masalah yang dimilikinya serta berbeda dengan pernyataan perempuan lainnya yang peneliti temukan, namun peneliti menemukan karakter yang berbeda tersebut saat wawancara. Pada intinya, tidak hanya lelaki yang merasakan stress dan lelah, karena lelaki dinilai lebih banyak memiliki pekerjaan atau tanggung jawab, akan tetapi perempuan juga sama-sama merasakan hal tersebut. Jadi perempuan berhak untuk melakukan nongkrong di *coffee shop* dan dianggap hal yang wajar dengan alasan - alasan tertentu.

3. Perempuan Membutuhkan Suasana Baru (Tempat, Makanan, Minuman)

Coffee shop ²³ merupakan sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang beragam, tidak lupa kopi ² yang menjadi ciri khas sebuah *coffee shop*. Makanan dan minuman yang disediakan *coffee shop* pun cukup banyak, sehingga pelanggan bisa memilih makanan atau minuman mana yang ingin dikonsumsi. Selain makanan dan minuman yang beragam, *coffee shop* juga memiliki suasana tempat yang nyaman, adem dan identik dengan tempat yang *instagramable* atau tempat yang memiliki keindahan disetiap sudutnya, sehingga menarik untuk dijadikan *spot* untuk berfoto. Hal inilah, yang menjadikan alasan perempuan untuk datang serta melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Perempuan menilai bahwa tempat memiliki pengaruh yang cukup penting untuk nongkrong di *coffee shop*, tempat yang perempuan suka ada tempat yang tidak panas atau gerah, mereka lebih memilih *coffee shop* yang memiliki suasana yang adem atau tidak panas, karena rata - rata *coffee shop* itu apalagi yang memiliki konsep indoor atau

memiliki ruangan indoor, maka sudah disediakan *air conditioner* atau AC. Selain itu juga, makanan dan minuman yang beragam dapat menjadi alasan perempuan untuk sering datang nongkrong ke *coffee shop*, agar bisa mencicipi makanan serta minuman, yang banyak pilihannya tersebut, sehingga perempuan akan datang dihari berikutnya untuk nongkrong sambil mencicipi makanan atau minuman lainnya yang belum pernah dipesan atau dicoba sebelumnya. Selain itu juga, karena makanan dan minumannya beragam, maka perempuan yang sering datang bersama teman – teman perempuannya yang bisa jadi memiliki selera berbeda, akan bisa menyatu di *coffee shop*, karena di *coffee shop* terdapat berbagai jenis makanan, baik itu makanan berat, ringan atau sekedar makanan penutup, begitupun minumannya. Walaupun *coffee shop*, identik dengan kopi akan tetapi ada juga menu – menu minuman lainnya selain kopi, contohnya seperti es teh, *milk shake*, jus, minuman boba dan lain sebagainya. Maka dari itu, perempuan yang datang berkelompok dan memiliki selera yang berbeda dapat bersatu di sebuah *coffee shop*, walaupun memiliki makanan dan minuman yang diinginkannya akan tetap ada di dalam menu yang beragam tersebut di *coffee shop*.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa perempuan yang menjadikan makanan atau minuman itu tidak menjadi faktor utama untuk dijadikan opsi ketika akan melakukan aktivitas nongkrong. Alasan perempuan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* yang menjadi faktor utama adalah tempat dan suasana tempat, mereka mencari suasana baru, karena mereka merasa bosan dengan suasana – suasana seperti di rumah yang begitu saja. Salah satunya, seperti mahasiswi yang bosan mengerjakan tugas di rumah ataupun di sekolah dengan

suasana yang sama, sehingga mereka lebih memilih *coffee shop* sebagai tempat mengerjakan tugas dengan suasana baru, serta bisa mengajak teman – temannya dan ngobrol dengan leluasa, berbeda jika dirumah seperti suasana yang monoton dan biasanya jika mengajak teman – temannya akan tidak leluasa untuk ngobrol atau tertawa lepas, karena ada orang tua yang berada dirumah, sehingga mereka akan lebih tertutup atau tidak leluasa karena malu dan menghargai orang tua. Mahasiswi tersebut mengerjakan tugas di *coffee shop* tentunya memilih tempat yang memiliki tempat yang indah dilihat atau estetik, maka akan menarik mahasiswi tersebut untuk mengerjakan tugas disana sambil nongkrong di *coffee shop* dengan waktu yang cukup lama, hingga tugasnya tersebut selesai. Suasana tempat yang baik akan mempengaruhi suasana hati atau *mood* maka dari itu diperlukan suasana *coffee shop* yang memang nyaman, indah dan bersih, apalagi untuk mengerjakan tugas.

Masih dengan tempat serta suasananya di *coffee shop* yang menjadi primadona bagi perempuan menjadi alasan mereka untuk melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Selain mahasiswi yang menjadikan tempat serta suasananya di *coffee shop* menjadi faktor utama mereka datang ke *coffee shop* untuk nongkrong sambil mengerjakan tugas, ada perempuan lain yang sama – sama menjadikan tempat serta suasananya di *coffee shop* menjadi faktor utama. Selain mahasiswi, ada ibu rumah tangga yang mementingkan tempat dan suasana *coffee shop*, karena ibu rumah tangga khususnya yang memiliki anak, mereka menginginkan tempat yang luas serta nyaman tidak hanya bagi orang tua, tetapi harus nyaman bagi anak – anak. Hal tersebut bagi ibu rumah tangga sangat penting, karena anak – anak mudah

untuk merasa bosan, sehingga tempat yang luas bisa menjadi *space* bermain anak – anak tersebut. Sehingga orang tua akan nyaman dan tenang melakukan aktivitas nongkrong tersebut, serta anak - anaknya bisa menemani orang tuanya sambil bermain dengan tenang dan nyaman, karena tempat *coffee shop* yang memadai.

Selain itu, bagi perempuan yang sudah bekerja, mereka membutuhkan tempat untuk berbagi cerita atau ngobrol tentang pekerjaannya atau cerita kehidupan diusianya. Maka dari itu, *coffee shop* yang cocok untuk dijadikan sebagai tempat dengan suasana yang nyaman untuk berbagi cerita, ngobrol atau berdiskusi. Nongkrong di *coffee shop* bagi perempuan khususnya yang sudah bekerja, mereka bisa berekspresi dan mengobrol dengan bebas karena *coffee shop* memang tempatnya. ² Suasana *coffee shop* yang nyaman, indah dan bersih juga dapat mempengaruhi komunikasi yang efektif, jadi ketika para perempuan tersebut ngobrol dan bercerita, maka akan menghasilkan obrolan atau cerita yang berkualitas serta berjalan efektif. Maka dari itu, *coffee shop* berlomba – lomba untuk menyediakan fasilitas – fasilitas untuk menunjang kenyamanan para pengunjung khususnya perempuan. Perempuan yang sudah bekerja yang melakukan aktivitas nongkrong bisa dikarenakan untuk mencari inspirasi yang akan dituangkan kedalam pekerjaannya.

Pernyataan mengenai tempat sebagai faktor utama bagi perempuan sebagai alasan mereka melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, sejalan dengan pendapat laki – laki mengenai alasan perempuan nongkrong, yakni dikarenakan tempat, bahwa tempat menjadi alasan utama bagi perempuan memilih *coffee shop* untuk dijadikan tempat nongkrong, dibandingkan dengan menu makanan dan

minuman yang ada. Perempuan mencari *coffee shop* untuk dijadikan tempat nongkrong dengan suasana yang pastinya nyaman dan adem, sehingga bagi mereka akan mendapatkan sebuah pengalaman tertentu berada di *coffee shop* tersebut. Terbukti dengan pernyataan dari *head waiters* yang menyatakan bahwa yang pelanggan yang datang ke Gula Padi *coffee shop* untuk melakukan nongkrong adalah perempuan, karena menurut *head waiters* tersebut, Gula Padi *coffee shop* selain memiliki menu makanan dan minuman yang beragam, tentunya Gula Padi *coffee shop* memiliki suasana yang nyaman atau *cozy* serta pelayanan yang prima, tidak membedakan antara pelayanan kepada laki – laki ataupun perempuan. Pada intinya, perempuan membutuhkan suasana baru dan suasana baru itu didapatkan dengan mudah pada saat nongkrong di *coffee shop*.

4. Nongkrong di *Coffee Shop* menjadi Kebutuhan Perempuan

Laki – laki selalu di identikan dengan nongkrong sambil minum kopi, namun saat ini tidak hanya laki – laki yang melakukan nongkrong, akan tetapi perempuan pun melakukan nongkrong, bahkan sambil meminum kopi juga. Nongkrong sambil minum kopi bagi laki – laki menjadi kebutuhan karena mereka lebih banyak melakukan pekerjaan berat, sehingga memerlukan istirahat dengan nongkrong sambil minum kopi. Akan tetapi saat ini perempuan juga memerlukan istirahat, karena tidak sedikit dari mereka yang sudah bekerja ataupun mereka sudah menjadi ibu rumah tangga yang memiliki pekerjaan mengurus rumah yang tidak mudah. Jadi asumsi di masyarakat yang mengatakan bahwa perempuan tidak nongkrong dan minum kopi saat ini, bisa dikatakan sudah tidak relevan lagi dengan realita yang ada. Bagi perempuan saat ini nongkrong di *coffee shop* sudah menjadi

kebutuhan dan menjadi “candu” artinya apabila tidak dilakukan, maka merasa ada yang kurang. Kebutuhan yang menjadi “candu” khususnya bagi perempuan yang sudah bekerja diantaranya yaitu, kopi dan perkawanan bagi perempuan merupakan sebuah hal yang “candu” maksudnya, ketika meminum kopi lebih tepat dan enak ketika dinikmati saat bersama- sama dengan teman di sebuah *coffee shop*, lalu perempuan membutuhkan waktu kumpul bersama di sebuah *coffee shop* sambil melakukan nongkrong, dan apabila tidak berkumpul bersama sambil melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, maka akan merasa ada yang kurang, bahkan merasa dosa apabila tidak melakukannya. Biasanya mereka melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* untuk berkumpul bersama sambil menikmati sebuah kopi itu, wajib dilakukan minimal satu minggu sekali, jadi harus tetap bertemu walaupun sudah ada kesibukannya masing – masing, akan tetapi bagi mereka harus tetap menyempatkan waktu dalam seminggu itu sekali. Namun ada juga, perempuan yang sudah bekerja, mereka hampir setiap hari, bahkan setiap hari nongkrong di *coffee shop* setelah pulang kerja ataupun memanfaatkan waktu istirahat dari pekerjaannya, karena sudah menjadi kebutuhan bagi mereka untuk rehat dan melakukan hal lain seperti merokok yang tidak bisa dilakukan di tempat kerja.

Selain itu, bagi perempuan yang masih mengenyang pendidikan pun sama, mereka menjadikan aktivitas nongkrong di *coffee shop* sebagai kebutuhan, namun mereka memiliki waktu yang lebih fleksibel untuk pergi nongkrong, akan tetapi tatap saja menjadikan aktivitas nongkrong di *coffee shop* tersebut menjadi sebuah prioritas yang harus dilakukan setiap minggunya. Siswi atau mahasiswi melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* itu, dilakukan pada saat *weekend* atau malam

minggu yang mana, bagi anak – anak muda malam minggu adalah malam yang biasanya mereka gunakan untuk main keluar rumah seperti nongkrong di *coffee shop*. Selain itu dapat dilakukan setelah pulang dari sekolah atau kampus, walaupun mereka tidak memiliki tujuan khusus ketika akan pergi nongkrong, akan tetapi mereka pergi begitu saja walaupun hanya sekedar ngobrol dengan sedikit pesanan makanan atau minuman yang penting mereka melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, karena apabila tidak dilakukan seperti ⁴⁸ ada yang kurang. Namun satu hal yang pasti adalah setiap minggunya mereka akan pergi nongkrong ke *coffee shop* karena sudah menjadi kebutuhan, salah satunya yaitu ³⁴ nongkrong di *coffee shop* sudah menjadi *trend* khususnya bagi anak-anak muda. Seolah – olah ³⁴ nongkrong di *coffee shop* adalah opsi pertama yang ada dalam pikiran ketika ingin bermain keluar rumah. Mengapa nongkrong di *coffee shop* sebagai kebutuhan bagi perempuan, karena salah satunya *cafe* memiliki kegunaan khusus sebagai tempat bercerita, yang ketika ingin berbagi cerita dengan temannya, harus dilakukan di *coffee shop*, serta apa yang tidak di dapatkan dirumah, ternyata dimiliki di *coffee shop*, seperti makanan - makanan yang enak, sehingga perempuan membutuhkan pergi nongkrong di *coffee shop* untuk menyalurkan cerita yang ingin diceritakan kepada temannya. Perempuan yang sudah berumah tangga dan bekerja, sudah memiliki tanggung jawab yang cukup berat, mereka melakukan aktivitas nongkrong ketika setelah pulang kerja atau waktu luang, dan tidak bisa berlama – lama karena harus melakukan tanggung jawab lain, seperti mengurus anak dan suami. Berbeda dengan perempuan muda yang masih mengenyang pendidikan, lebih suka melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* dari sore ke malam hari,

karena dinilai suasananya lebih nyaman dan adem, serta dapat berlama – lama di *coffee shop* karena belum terikat tanggung jawab yang lebih besar.

Akan tetapi jika perempuan melakukan aktivitas nongkrong hingga malam hari apalagi larut malam, maka akan membuat stigma negatif terhadap perempuan yang hobby melakukan nongkrong di *coffee shop* semakin banyak, apalagi dilihat dari kacamata orang tua, pasti akan mendapat *labelling* menjadi perempuan yang kurang baik. Menurut pandangan orang tua, apabila nongkrong di *coffee shop* hingga larut malam maka pandangan orang – orang akan kurang baik atau negatif. Faktor perempuan hingga larut malam, menurut pandangan orang tua adalah faktor *broken home*, orang tuanya sangat sibuk, serta orang tuanya memiliki pendidikan yang rendah. Namun hal tersebut berbeda dengan pandangan laki – laki muda yang berpendapat bahwa perempuan yang nongkrong hingga larut malam seperti dibawah jam 00.00 malam, itu merupakan hal yang biasa dan dianggap masih normal. Kedua pandangan yang berbeda ini sangat wajar, karena seorang orang tua yang khawatir kepada anaknya jika pulang terlalu malam dan takut terjadi sesuatu menyimpannya karena jam malam itu cukup rawan dibanding siang, sehingga tidak diperbolehkan perempuan nongkrong hingga larut malam. Sedangkan, pandangan laki – laki muda yang bisa jadi memiliki teman perempuan yang sama – sama nongkrong di *coffee shop* hingga larut malam, sehingga sudah menjadi hal biasa baginya dan tidak menjadi masalah ketika melihat perempuan nongkrong hingga larut malam. Pandangan lain mengenai perempuan yang nongkrong di *coffee shop* hingga larut malam, dikarenakan perempuan tersebut sedang mencari teman untuk berkomunikasi mencari jati diri dan eksplorasi diri, ingin merasakan bagaimana

perempuan tersebut nongkrong hingga larut malam di *coffee shop* dan apakah hal tersebut sesuai dengan karakter atau keinginannya

B. Motif Tujuan (*In order to Motive*)

In order to motive adalah tujuan yang ingin diraih individu ketika melakukan suatu kegiatan atau tindakan. Apa yang ingin individu capai ketika melakukan tindakan tersebut.

⁶ Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada informan perempuan yang sedang melakukan aktivitas nongkrong Gula Padi *coffee shop*, terdapat beberapa tujuan atau apa yang ingin diraih perempuan ketika melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*.

1. Perempuan Memiliki Citra/Image di Sosial Media dengan Mengambil & Memposting Foto Saat Melakukan Aktivitas Nongkrong di *Coffee Shop*

Ada beberapa kegiatan yang dilakukan oleh perempuan pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* yaitu makan serta minum adalah hal yang pasti dilakukan. Akan tetapi ada hal yang dilakukan oleh perempuan dan bisa dianggap kebiasaan yang dimiliki perempuan pada saat melakukan nongkrong di *coffee shop* yaitu berfoto, baik berfoto bersama teman – temannya, berfoto sendiri, atau memotret suasana, makanan atau objek lainnya yang ada di *coffee shop*. Hal tersebut sudah menjadi gaya hidup yang tidak dipisahkan dan sudah melekat pada seorang perempuan. Gaya hidup melakukan aktivitas ² nongkrong di *coffee shop* bagi perempuan memiliki citra/image tersendiri yaitu, dinilai gaul, berkelas, kekinian, modern bagi sebagian perempuan. Maka dari itu, untuk memiliki citra/image tersebut perempuan, melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, sembari

memposting kegiatan yang dilakukan di *coffee shop* ke sosial media seperti *insta story*, status whatsapp dan lainnya.

Perempuan ketika memposting segala sesuatu yang dilakukannya ketika sedang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, mereka memiliki tujuan – tujuan tertentu, yaitu agar dinilai oleh orang lain atau kontak/ *followers* di sosial medianya yaitu terlihat perempuan yang kekinian dan gaul. Perempuan tersebut membuat sebuah *image* tentang dirinya, sebagai perempuan yang *up to date* mengenai *coffee shop* yang terbaru atau *coffee shop* yang nyaman serta estetik. Perempuan yang terlihat gaul atau kekinian akan terlihat juga sebagai perempuan yang *trendy* dan lebih modern. Selain itu juga perempuan dengan memposting foto atau video ketika saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* juga ingin mendapatkan atau mencari perhatian khusus dari seseorang, agar seseorang tersebut bisa memberika perhatian atau mendapatkan *image* mengenai perempuan tersebut. Biasanya digunakan ⁵⁵ untuk menarik perhatian laki – laki yang disuka dan agar laki – laki tersebut mendapatkan pandangan dari *image* yang diberikan perempuan, seperti hal nya terlihat gaul, kekinian, modern, *trendy* dengan memposting foto / video terbaiknya pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Lalu terdapat juga perempuan yang membuat *image* atau citra diri untuk menunjukan kepada seseorang atau lawan jenisnya, sebagai perempuan yang tidak memiliki teman pada saat nongkrong, dengan memposting video atau foto yang selaluterlihat sedang sendiri saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* . Hal tersebut bertujuan untuk memberikan “kode” kepada lawan jenisnya agar ditemani saat melakukan nongkrong tersebut.

Pandangan laki – laki muda, mengenai kebiasaan berfoto atau memotret suatu objek pada saat nongkrong di *coffee shop*, bahwa perempuan tersebut sangat menyukai berfoto memotret suatu objek memang untuk kebutuhan di sosial mediana. Perempuan juga membutuhkan eksistensi di sosial media serta membutuhkan validasi dari orang lain, tentunya dengan membuat citra / *image* kekinian atau gaul dengan memposting foto / video pada saat melakukan nongkrong di *coffee shop* ke sosial media. Selain itu juga, perempuan berusaha untuk mendapatkan atensi atau perhatian orang lain baik yang orang secara umum atau orang yang memang dijadikan sebagai target, agar menarik perhatiannya.

¹² Perempuan yang sudah berumah tangga juga atau ibu rumah tangga, mereka membuat citra / *image* di sosial media melalui memposting foto / video pada saat melakukan nongkrong di *coffee shop* ke sosial media. Perempuan yang sudah berumah tangga yang mana mereka ini memiliki tanggung jawab untuk mengurus rumah, anak dan juga suami. Ibu rumah tangga yang lebih dikenal dengan perempuan yang dengan diam dirumah, melayani suami, mengurus anak, namun mereka tidak mau hanya dikenal seperti itu. Mereka pun membuat citra / *image* sendiri sebagai ibu rumah tangga yang gaul dan kekinian, ibu rumah tangga yang tidak hanya melulu diam dirumah, mengurus anak dan suami, melainkan ibu rumah tangga yang modern serta masih memiliki teman untuk diajak nongkrong di *coffee shop*. Ingin menunjukkan melalui foto atau video yang di posting ke sosial media kepada orang lain khususnya kepada orang yang memiliki pemikiran bahwa menjadi ibu rumah tangga itu seperti ditahan dirumah, yakni menunjukkan bahwa sebagai ibu rumah tangga juga bisa bergaya dan mengekspresikan dirinya, tidak

hanya bergelut dengan dunia rumah saja. Maka dari itu, dengan perkembangan sosial media bisa dikatakan bahwa berfoto atau *selfie* digunakan untuk mengekspresikan diri atau menunjukkan identitas diri kepada publik, ingin diketahui oleh publik bahwa individu tersebut memiliki karakter seperti apa dan ingin agar orang-orang beropini mengenai dirinya.

Akan tetapi, terdapat pula perempuan yang memang suka berfoto atau memotret objek pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* yang tidak memposting ke sosial media dan mereka tidak memiliki tujuan yang khusus seperti citra / *image* tertentu. Mereka hanya berfoto atau memotret objek pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* hanya sebagai kenang – kenangan saja yang disimpan di *gallery handphone* sehingga bisa dilihat kapan saja untuk mengobati rindu. Apalagi bagi perempuan yang memiliki teman dekat tetapi sudah sibuk masing – masing dan saling berjauhan, sehingga foto bersama menjadi hal yang sangat penting untuk disimpan sebagai kenang – kenangan dan juga foto bersama bisa memperkuat sebuah hubungan sosial. Ada juga perempuan yang menyukai memotret objek pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* tetapi tidak mempostingnya di sosial media, akan tetapi perempuan tersebut disimpan sebagai arsip, jika di posting pun mereka hanya mempostingnya di sosial media yang akun kedua atau biasa disebut *second account*. Perempuan yang tidak memiliki tujuan khusus seperti untuk membentuk citra / *image* dengan memposting foto atau video ke sosial media, namun mereka hanya memiliki tujuan untuk merekomendasikan *coffee shop* yang dikunjunginya kepada teman – temannya.

Orang tua menyatakan bahwa saat ini sosial media bisa digunakan apa saja, tidak hanya sebagai aplikasi *chatting*, telfon akan tetapi bisa dijadikan sebagai tempat memberikan informasi yang meluas kepada banyak orang ketika memposting sesuatu di sosial media, salah satunya juga untuk membangun *personal branding* perempuan, serta untuk mendapatkan kepuasan diri dengan dipandang sebagai perempuan yang gaul dan kekinian. Selain itu sosial media juga dapat dijadikan sebagai tempat mendapatkan penghasilan, dengan membuat konten – konten, sehingga tidak heran saat ini perempuan aktif memposting segala sesuatu khususnya saat nongkrong di *coffee shop*, seperti review tempat atau makanan.

2. Nongkrong di *Coffee Shop* Sebagai Tempat Komunikasi bagi Perempuan

Tempat untuk berkomunikasi bisa dimana saja, asalkan ditempat tersebut terdapat pertukaran pesan. *Coffee shop* adalah sebuah tempat yang digunakan untuk perempuan untuk melakukan aktivitas nongkrong bersama temannya, bisa juga sebagai tempat untuk bertemu teman lama, dan dapat dijadikan tempat untuk membuat acara bahkan mengerjakan tugas. Sehingga, ketika perempuan melakukan aktivitas nongkrong *coffee shop* maka akan terjadi yang namanya komunikasi, baik dengan pelayan disana atau dengan teman yang bersama – sama melakukan nongkrong. Kebanyakan kegiatan yang dilakukan perempuan saat melakukan aktivitas nongkrong ada ngobrol atau bercerita dengan temannya. Maka dari itu, perempuan menyukai ² nongkrong di *coffee shop*, karena *coffee shop* itu merupakan tempat yang nyaman untuk dijadikan tempat ngobrol atau bercerita. Apalagi jika perempuan tersebut melakukan aktivitas nongkrong bersama teman – teman yang sudah lama tidak berjumpa, sehingga ² *coffee shop* adalah tempat yang cocok untuk

dijadikan sebagai tempat bersilaturahmi dengan teman lama. Selain itu, nongkrong *coffee shop* bagi perempuan yaitu sebagai tempat untuk *bonding time* atau memperkuat ikatan/hubungan dengan teman kerja dan sebagainya, maka dari itu akan tercipta sebuah komunikasi diantara mereka di *coffee shop* tersebut.

Sebenarnya, bagi perempuan nongkrong di *coffee shop* tersebut tidak selalu memiliki tujuan yang khusus, akan tetapi untuk sekedar ngobrol atau bercerita dengan teman – temannya pun itu sudah membuat senang dan dijadikan sebagai *in order to motive* perempuan tersebut nongkrong di *coffee shop*, apalagi dengan tempat *coffee shop* yang nyaman, adem, banyak makanan & minuman serta dilayani, sehingga mendapatkan kenyamanan tersendiri pada saat ngobrol atau bercerita tersebut. Dengan fasilitas – fasilitas yang terdapat di *coffee shop* seringkali perempuan melakukan aktivitas nongkrong melakukan kegiatan lain sembari arisan atau pertemuan perkumpulan ibu – ibu. Maka dari itu, terdapat proses komunikasi yang terjadi di dalam arisan atau pertemuan tersebut yang bertempat di *coffee shop*. Komunikasi menjadi salah satu hal yang penting dalam keintiman hubungan antar individu, maka dari itu akan muncul keakraban, kepercayaan, saling menyayangi satu sama lain serta membangun relasi – relasi baru.

Coffee shop adalah tempat berkomunikasi bagi perempuan, dalam hal ini perempuan lebih menyukai mengobrol dan bercerita sembari melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Para perempuan senang bercerita atau mengobrol dengan teman – temannya apalagi bersama teman yang sudah lama tidak bertemu, sehingga mereka memanfaatkan aktivitas nongkrong di *coffee shop* untuk bercerita.

Bagi perempuan yang sudah dewasa mereka bercerita tentang *update* kehidupannya, *flashback* mengenai pengalaman hidup di masa lalu atau bercerita apapun yang menurut mereka penting untuk diceritakan atau menjadi bahan diskusi, bertukar pendapat ketika nongkrong di *coffee shop*. Lalu, untuk perempuan yang sudah berumah tangga, mereka biasanya menceritakan mengenai masalah masalah hidupnya, terutama masalah dalam rumah tangganya seperti hiruk pikuk rumah tangga, permasalahan anak, suami, dan karena mereka sudah dewasa maka apa yang diceritakan oleh perempuan tersebut kadang tidak ada batasan, maksudnya mereka bisa menceritakan hal – hal yang intim atau *privacy* sekalipun.

Namun, untuk perempuan yang masih muda seperti perempuan yang masih menjadi siswi dan mahasiswi mereka lebih suka bercerita atau ngobrol mengenai, hal yang cukup unik untuk diceritakan atau diobrolkan dengan teman perempuannya serta mereka lebih memiliki pembicaraan yang santai dan *nyeleneh*. Gibah adalah salah satu hal disukai ketika perempuan muda ketika nongkrong di *coffee shop*. Gibah merupakan pembicaraan yang jahat mengenai seseorang baik yang dikenal ataupun tidak dikenal. Gibah juga bisa dikatakan bergosip ataupun bergunjing. Perempuan muda senang membicarakan orang di *coffee shop* karena disana banyak orang yang tidak dikenal dan ramai sehingga pembicaraannya atau gibahnya tersebut tidak dipedulikan oleh orang lain dan tidak mengetahui apa yang dibicarakannya. Selain itu, di *coffee shop* dapat ditemani dengan makanan, minuman dan suasana yang nyaman untuk membicarakan orang lain, teman sendiri, laki – laki, atau pasangannya. Namun demikian, bagi sebagian besar perempuan , melakukan gibah pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* adalah

hal yang lumrah untuk dilakukan dan jika tidak dilakukan seperti ada yang kurang, bahkan seringkali ghibah itu menjadi hal yang seru untuk dilakukan. Maka dari itu, laki – laki memandang bahwa setiap perempuan melakukan aktivitas nongkrong tersebut adalah pasti sembari membicarakan orang lain atau ghibah, bahkan menurut laki - laki perempuan itu bisa saja membicarakan temannya sendiri. Selain itu, menurut *head waiters* di Gula Padi *coffee shop*, perempuan itu sudah pasti ketika melakukan nongkrong hal yang dilakukan adalah *ngerumpi*. *Ngerumpi* merupakan obrolan yang tidak karuan serta memiliki konotasi negatif yang identik dilakukan oleh perempuan. Dengan begitu, laki – laki berpandangan bahwa bercerita, ngobrol dan sejenisnya sudah menjadi kodrat seorang perempuan, perempuan lebih banyak ngobrol, bercerita bahkan ghibah dibandingkan dengan laki – laki, serta perempuan lebih banyak berkerumun atau datang secara berkelompok untuk membahas sesuatu.

3. Nongkrong di Coffee Shop Sebagai Tempat Istirahat Perempuan

Tempat istirahat itu sangat banyak dan bisa dimana saja, selagi memang menurut perempuan tersebut nyaman. Tempat beristirahat biasanya identik dengan rumah yang dijadikan sebagai tempat pulang ketika sesudah melakukan aktivitas, seperti sekolah, bekerja ²¹ dan lain sebagainya. Akan tetapi, dalam penelitian ini perempuan saat ini memiliki tempat beristirahat yang cukup unik yaitu beristirahat di sebuah *coffee shop* sembari melakukan aktivitas nongkrong, alih – alih untuk pulang dan beristirahat di rumah. Ditemani dengan ¹⁶ suasana yang nyaman, memiliki beragam makanan dan minuman yang beragam, serta pelayanan yang memuaskan

membuat perempuan setuju bahwa nongkrong di *coffee shop* merupakan tempat untuk beristirahat.

Bagi perempuan beristirahat di *coffee shop* itu dapat melupakan masalah – masalah yang ada dalam dirinya, baik bagi perempuan yang masih bersekolah, perempuan dewasa ataupun perempuan yang sudah berumah tangga. Dengan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* perempuan dapat melupakan sejenak masalah yang ada, melepaskan sejenak beban – beban yang dimilikinya, maka ketika pulang kerumah ataupun kembali ke tempat bekerja, sekolah, perempuan tersebut akan merasa bahwa masalah atau beban yang berada dipikirannya sedikit lebih ringan dan emosi akan lebih terkontrol. Berbeda dengan beristirahat di rumah, perempuan menyatakan bahwa rumah itu tidak selalu menjadi rumah yang nyaman, ada juga rumah yang membuat tidak nyaman, sehingga lebih memilih beristirahat di melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Beristirahat di sambil melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* membuat perempuan menerima energi positif, karena memang ketika perempuan di *coffee shop*, perempuan akan dilayani dengan baik oleh pelayan disana, makanan minuman yang beragam, serta suasana yang *cozy* membuat energi positif tersebut dapat dirasakan oleh perempuan, dengan begitu perempuan akan merasa lebih segar atau *fresh* ketika sesudah beristirahat di *coffee shop* sambil melakukan aktivitas nongkrong. Perempuan yang sudah bekerja pun memilih *coffee shop* sebagai tempat untuk beristirahat dibanding tempat yang lain seperti kantin dan sejenisnya. Perempuan yang sudah bekerja memilih *coffee shop* untuk beristirahat dari rutinitas yang terus menerus membuat perempuan tersebut capek.

Bagi perempuan yang sudah berumah tangga juga, menyetujui bahwa *coffee shop* sebagai tempat beristirahat sembari melakukan aktivitas nongkrong. Perempuan yang sudah berumah tangga yang memiliki tanggung jawab untuk mengurus rumah, anak dan melayani suami sudah pasti lebih memiliki waktu yang lama untuk berada dirumah. Walaupun rumah adalah tempat beristirahat, namun menurut ibu rumah tangga, dirumah itu justru membuat capek dan bosan dengan rutinitas yang begitu saja, sehingga mereka memilih tempat lain untuk beristirahat yaitu *coffee shop*. Bagi perempuan yang sudah berumah tangga, karena biasanya ibu rumah tangga tersebut yang melayani suami dan anak dirumah, dengan beristirahat di *coffee shop* mereka ingin merasakan dilayani, seperti makanan atau minuman dibuatkan, diantar dan sebagainya. Selain itu, ibu rumah tangga beristirahat sembari nongkrong di *coffee shop* untuk menikmati waktu kosongnya atau meluangkan waktu untuk beristirahat dari tanggung jawab rumah tangga, sambil makan, minum dan menikmati suasana yang nyaman. Masalah yang dimiliki ibu rumah tangga pun bisa sedikit terlupakan dan ketika kembali ke rumah akan merasa lebih segar dan tidak ruwet untuk kembali melakukan tugas tanggung jawab sebagai ibu rumah tangga.

Jika dikaitkan dengan stigma bahwa laki – laki lebih identik dengan nongkrong, dengan alasan karena laki – laki membutuhkan banyak istirahat setekah melakukan pekerjaan yang berat. Akan tetapi, dilihat dari pernyataan perempuan bahwa saat ini perempuan juga memiliki pekerjaan yang memang memerlukan energi yang banyak serta tanggung jawab yang berat, sehingga pasti perempuan membutuhkan istirahat sejenak dari pekerjaan atau tanggung jawabnya tersebut. Jadi dapat

disimpulkan bahwa perempuan juga membutuhkan istirahat dengan cara nongkrong di *coffee shop* dengan menikmati fasilitas – fasilitas yang ada, jadi peneliti berharap tidak ada lagi stigma negatif yang kurang baik kepada perempuan yang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, karena mereka memiliki alasan – alasan tertentu untuk melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* tersebut yang dapat membuat dirinya lebih baik.

4. Nongkrong di *Coffee Shop* untuk Cuci Mata bagi Perempuan

Coffee shop memang merupakan tempat yang banyak dikunjungi oleh banyak orang baik kaum laki – laki ataupun perempuan, mereka bersatu dalam satu tempat walaupun diantara mereka mungkin tidak saling mengenal. Maka dari itu, bagi perempuan mereka memiliki tujuan ketika melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* adalah untuk melihat lawan jenisnya, yakni kaum laki – laki. Cuci mata adalah istilah yang digunakan ketika ingin melihat sesuatu yang dapat menyenangkan hati dan pikiran bukan berarti cuci mata adalah mata kita kita di cuci oleh air. Perempuan mengunjungi sebuah *coffee shop* dan melakukan aktivitas nongkrong, mereka memiliki tujuan tidak hanya untuk beristirahat, mencari suasana baru, berkumpul bersama teman ataupun mendapatkan citra tertentu, namun para perempuan juga melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* adalah untuk melihat lawan jenisnya yang tampan tersebut sedang berada di *coffee shop* tersebut, dan hal tersebut disebut cuci mata.

Perempuan menyatakan bahwa melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, tidak hanya makan, minum dan menikmati suasana *coffee shop*, perempuan juga sembari melihat – lihat laki – laki yang menurut mereka tampan. Lalu,

perempuan ketika nongkrong di *coffee shop*, berharap mendapatkan pacar atau pasangan di *coffee shop* tersebut atau paling tidak perempuan menyatakan bahwa melihat dan mengagumi laki – laki tampan yang sedang melakukan nongkrong di *coffee shop* pun sudah cukup merasa senang. Adapun perempuan yang memang sudah terbukti bahwa perempuan tersebut sudah pernah mendapatkan pasangan atau pacar ketika melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, akan tetapi hubungannya tersebut tidak berlangsung lama. Jadi, mendapatkan pasangan atau pacar ketika melakukan nongkrong di *coffee shop* bagi perempuan adalah tujuan tersirat pada saat melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*.

Selain makanan, minuman, pelayanan serta suasana yang nyaman ketika melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, perempuan juga merasa nyaman ketika ada laki – laki tampan yang sama – sama sedang nongkrong di *coffee shop* tersebut. Perempuan merasa nyaman dan rela menghabiskan waktunya untuk nongkrong di *coffee shop* demi sembari melihat laki – laki tampan dan berharap mendapatkan pasangan atau pacar. Dalam hal ini kita bisa mengetahui bahwa sebagian perempuan cukup agresif dalam mencari pasangan atau pacar, dan tidak merasa malu ketika terbuka untuk bermain mata dengan laki – laki yang menurutnya tampan. Terbukti dengan *head waiters* yang merupakan seorang laki – laki di Gula Padi *coffee shop* yang merasakan agresifnya perempuan. Perempuan tidak sungkan untuk menggoda *head waiters* tersebut dengan mengatakan kalimat – kalimat yang memiliki makna menggoda, walaupun perempuan tersebut mengatakan dalam konteks bercanda, akan tetapi tetap saja bahwa perempuan cukup berani untuk melakukan hal tersebut, mengatakan celotehan – celotehan

yang bisa saja dilihat kurang pantas untuk sebagian orang. Hal tersebut bisa dikatakan wajar jika memang perempuan tersebut tidak memiliki pasangan atau belum menikah, apabila perempuan tersebut sudah memiliki pasangan atau menikah maka perlu dipertanyakan.

Kalimat atau celotehan perempuan tersebut, bisa mengundang pandangan atau opini kurang baik bagi perempuan yang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Bagi sebagian perempuan mungkin itu merupakan hal yang “wajar” akan tetapi bagi sebagian perempuan juga itu merupakan hal kurang untuk perempuan lakukan. Namun memang tidak semua perempuan melakukan perbuatan tersebut, seperti menggoda laki – laki dan mengatakan celotehannya dan bertujuan “cuci mata” atau melihat laki – laki tampan, akan tetapi perempuan tersebut lebih kepada cuek dan tidak peduli dengan kaum laki – laki yang sedang melakukan nongkrong *coffee shop* yang sama. Apalagi untuk perempuan yang introvert dan sudah memiliki pasangan, akan cuek dan tidak peduli dengan laki – laki disekitar walaupun laki – laki yang tampan.

Cuci mata disini tidak hanya untuk melihat keindahan dari wajah atau tubuh seseorang melainkan hal lain yang bisa membuat hiburan atau menyenangkan. Seperti yang dilakukan ibu - ibu rumah tangga, ternyata juga ⁴⁵ dilakukan oleh ibu – ibu yang sudah berumah tangga, tapi cuci matanya ini bukan cuci mata untuk melihat laki – laki tampan di *coffee shop*. Cuci mata bagi ibu rumah tangga ketika melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* adalah cuci mata kepada makanan, minuman yang dipesan serta melihat dan merasakan suasananya yang membuat ibu – ibu tersebut merasa nyaman dan menyenangkan. Bagi ibu – ibu yang sudah

berumah tangga untuk bermain mata atau menarik perhatian laki – laki ketika nongkrong di *coffee shop*, sudah bukan lagi masa nya bagi mereka melakukan hal tersebut. Mereka lebih kepada cuci mata untuk melihat suasana baru, makanan dan minuman yang bervariasi, yang sudah cukup membuat mereka senang dan rehat sejenak dari tanggung jawab sebagai ibu rumah tangga.

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Gula Padi *Coffee Shop*, peneliti menemukan hasil penelitian mengenai nongkrong sebagai gaya hidup perempuan berdasarkan pengalaman informan yang terbagi atas dua motif pemaknaan dalam konsep motif yaitu *because of motive* dan *in order to motive* sebagai berikut:

1. *Because of motive*

Terdapat empat kategori yang menjadi penyebab perempuan melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* yaitu pertama perempuan merasa bosan atau penat tidak, tidak memiliki pekerjaan yang harus dilakukan dan tidak ada teman untuk ngobrol sehingga memilih untuk nongkrong di *coffee shop* sembari mengajak teman-temannya. Kedua, perempuan merasa stress atau lelah, bagi perempuan yang memiliki peran ganda yaitu menjadi ibu rumah tangga dan bekerja, tentunya merasa stress akan kedua tanggung jawabnya tersebut, sehingga diperlukan nongkrong di *coffee shop*. Bagi perempuan yang masih mengenyang pendidikan yakni para siswi dan mahasiswi merasa stress akan tugas – tugas dan kegiatannya di sekolah, sehingga mereka datang ke *coffee shop* untuk mencari hiburan sejenak. Ketiga, perempuan membutuhkan suasana baru seperti tempat yang nyaman serta estetik, makanan dan minuman beragam. Makanan dan minuman yang beragam menjadi salah satu penyebab perempuan datang ke *coffee shop* karena bisa memesan apa yang diinginkannya dalam satu

tempat, sedangkan suasana *coffee shop* yang nyaman dan estetik membuat perempuan nyaman ketika ngobrol atau bercerita dengan temannya dan lebih fokus. Bagi siswi dan mahasiswi suasana Gula Padi *coffee shop* membuat lebih nyaman dan tenang saat mengerjakan tugas, sehingga mereka memilih pergi ke *coffee shop*. Keempat, nongkrong di *coffee shop* sudah menjadi kebutuhan bagi perempuan, sudah menjadi hal umum dilakukan bahkan sudah menjadi tempat kedua untuk pulang sebelum pulang ke rumahnya masing-masing. Perempuan melakukan nongkrong itu hampir tiap hari mereka datang ke *coffee shop* untuk nongkrong, apalagi bagi mereka yang sudah bekerja, nongkrong di *coffee shop* sudah menjadi kebutuhan yang harus dilakukan, guna bisa melakukan kegiatan lain yang tidak bisa dilakukan ditempat kerja seperti merokok dan agar bisa rehat sebentar, bagi siswi dan mahasiswi mereka bisa pergi ke *coffee shop* seminggu tiga kali bahkan setiap hari sepulang dari sekolah atau universitas. Bagi perempuan nongkrong di *coffee shop* yang tidak didapatkan dirumah, akan didapatkan ketika nongkrong di *coffee shop*, sehingga ketika membutuhkan sesuatu yang memang hanya dapat ditemukan atau dirasakan ketika di *coffee shop* saja, seperti bercerita dengan leluasa, memiliki pengalaman makan-makanan yang beragam dan enak.

2. ²⁶ *In Order to Motive*

Terdapat empat kategori yang menjadi ¹⁴ *In Order to Motive* atau tujuan yang ingin dicapai pada saat perempuan melakukan nongkrong di *coffee shop*. Pertama yaitu perempuan ingin memiliki citra/image tertentu yang ditunjukkan melalui foto yang di *upload* di sosial media, foto di *coffee shop* serta di *upload* ke sosial media

maka perempuan tersebut merasa dirinya sebagai perempuan yang gaul atau kekinian, hal tersebut dilakukan tidak hanya oleh perempuan muda tetapi perempuan yang sudah berumah tangga pun melakukan hal tersebut karena mendapatkan kepuasan diri dengan dipandang sebagai perempuan yang gaul dan kekinian. Kedua yaitu nongkrong di *coffee shop* sebagai tempat komunikasi bagi perempuan, mereka setuju bahwa nongkrong di *coffee shop* adalah kegiatan yang nyaman untuk ngobrol, curhat, cerita bahkan ghibah tentang apa saja, seringkali arisan juga dilakukan oleh perempuan sambil nongkrong di *coffee shop*. Dengan intensitas komunikasi yang dilakukan oleh perempuan saat nongkrong di *coffee shop* akan memperkuat ikatan/hubungan dengan teman-temannya. Ketiga, nongkrong di *coffee shop* sebagai tempat istirahat perempuan, *coffee shop* sudah menjadi tempat kedua untuk beristirahat selain rumah, perempuan dengan segala masalahnya, lebih memilih untuk beristirahat sambil nongkrong di *coffee shop* karena perempuan dapat menerima energi positif, karena memang ketika perempuan di *coffee shop*, perempuan akan dilayani dengan baik oleh pelayan disana, makanan minuman yang beragam, serta suasana yang *cozy*. Keempat, yaitu nongkrong di *coffee Shop* untuk cuci mata bagi perempuan, salah satu arti dari cuci mata adalah melihat keindahan dari seseorang, baik wajah atau tubuh. Dalam hal ini, perempuan tidak hanya makan, minum dan menikmati suasana *coffee shop*, perempuan juga sembari melihat – lihat laki – laki yang menurut mereka tampan. Lalu, perempuan ketika nongkrong di *coffee shop*, berharap mendapatkan pacar atau pasangan di *coffee shop* tersebut. Namun, berbeda dengan arti cuci mata bagi ibu rumah tangga, cuci mata disini artinya lebih kepada melihat sesuatu yang indah,

menghibur, menyenangkan secara umum tidak hanya kepada sosok individu, contohnya seperti cuci mata dengan melihat makanan/minumannya, fasilitas *coffee shop*, furniture, dan sejenisnya.

⁶ 5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

1. Disarankan bagi penulis selanjutnya, agar menjelaskan dari perspektif pengunjung perempuan yang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* daerah – daerah kecil. Penelitian ini hanya berfokus pada perspektif pengunjung perempuan yang melakukan aktivitas nongkrong di *coffee shop* kota.
2. ⁵⁴ Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi dan hanya melihat dua motif pemaknaan dalam konsep motif yaitu *because of motive* dan *in order to motive*. ³⁸ Disarankan bagi penulis selanjutnya untuk menganalisis fenomena nongkrong sebagai gaya hidup perempuan lebih dalam dengan menggunakan metode etnografi.
3. Disarankan bagi penulis selanjutnya untuk menambah kriteria usia yaitu perempuan lansia, agar ¹³ dapat mengetahui *because of motive* dan *in order to motive* nongkrong sebagai gaya hidup terhadap perempuan yang sudah lanjut usia, sehingga menambah perspektif lebih luas lagi.

5.2.2 Saran Praktis

1. ²⁰ Nongkrong di *coffee shop* bagi perempuan sudah menjadi gaya hidup, namun hendaknya bisa mengatur intensitas nongkrong di *coffee shop*

jangan terlalu sering, agar tidak menimbulkan gaya hidup yang boros atau konsumtif.

2. Nongkrong di *coffee shop* memang membuat nyaman, akan tetapi bagi perempuan hendaknya bisa mengatur waktu, jangan melakukan nongkrong *coffee shop* hingga larut malam, karena akan menimbulkan dampak negatif seperti mengganggu kesehatan dan rawan kejahatan.
3. Bagi perempuan yang melakukan nongkrong di *coffee shop*, hendaknya bisa menjaga tingkah laku serta menghargai pengunjung lainnya dan karyawan *coffee shop* agar tidak merasa risih dengan kehadiran kita.



Tesis Mugiya Aljandi Malik MIK

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	5%
2	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
3	journal.uny.ac.id Internet Source	1%
4	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
5	beritaku.id Internet Source	<1%
6	123dok.com Internet Source	<1%
7	Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya Student Paper	<1%
8	www.nusantarainstitute.com Internet Source	<1%
9	www.opaper.app Internet Source	<1%

10	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
11	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
12	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
13	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
14	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
15	wijayalabs.wordpress.com Internet Source	<1 %
16	docplayer.info Internet Source	<1 %
17	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
18	bidamalva.wordpress.com Internet Source	<1 %
19	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
20	Tiara Putri Salsabila, Julius Nursyamsi, Joko Utomo. "PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, MEDIA SOSIAL DAN	<1 %

HARGA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING", Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2023

Publication

21	adoc.pub Internet Source	<1 %
22	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
23	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
24	repository.unand.ac.id Internet Source	<1 %
25	www.scribd.com Internet Source	<1 %
26	jurnal.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.uir.ac.id Internet Source	<1 %
28	repository.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
29	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
30	Anita Setyowati, Muhammad Hanif. "Peran Perempuan Dalam Tradisi Upacara Bersih Desa (Studi Kasus Di Desa Kiringan Kecamatan Takeran Kabupaten Magetan)",	<1 %

AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA, 2014

Publication

31	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	<1 %
32	elibrary.unisba.ac.id Internet Source	<1 %
33	repository.ubharajaya.ac.id Internet Source	<1 %
34	doaj.org Internet Source	<1 %
35	docobook.com Internet Source	<1 %
36	ejournal.unhi.ac.id Internet Source	<1 %
37	difarepositories.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
38	journal.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %
39	Submitted to Universitas Pertamina Student Paper	<1 %
40	obatkuatsexforedi.com Internet Source	<1 %
41	eprints.umk.ac.id Internet Source	<1 %

42	id.gopher.co.id Internet Source	<1 %
43	www.conedm.nl Internet Source	<1 %
44	www.jabonkita.com Internet Source	<1 %
45	blog.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
46	blogs.indra-purbo.web.id Internet Source	<1 %
47	caragolden.com Internet Source	<1 %
48	dailysocial.id Internet Source	<1 %
49	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	<1 %
50	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
51	trendmesincuci.blogspot.com Internet Source	<1 %
52	www.realodix.com Internet Source	<1 %
53	zh.scribd.com Internet Source	<1 %

54

Fauziah Maisarah, Zainal Abidin, Made Panji Teguh. "Konstruksi Makna Kolektor Photocard (Studi Fenomenologi Mengenai Makna, Motif, dan Pengalaman Komunikasi Kolektor Photocard K-Pop)", *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2023

Publication

<1 %

55

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off